



Tendencias digitales

Grado en Marketing
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Tendencias digitales

Titulación: Grado en Marketing

Carácter: Básica

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2025-26

Semestre: 4º

Profesores/Equipo Docente: Dª María del Pilar Bernat Sánchez

1. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K2. Reconocer las técnicas y estrategias de comunicación y marketing digital que se aplican en el desarrollo de proyectos comerciales y acciones de negocio.

1.2. Habilidades y destrezas

H5. Usar las herramientas digitales y tecnologías de la información que intervienen en la práctica de acciones comerciales y de marketing.

1.3. Competencias y capacidades

C5. Emplear correctamente las herramientas y tecnologías de la comunicación aplicadas al marketing para el desarrollo de proyectos comerciales y acciones de negocio.

C6. Implementar estrategias de marketing online y comercio electrónico y desarrollar acciones de comunicación e influencia para consolidar la reputación digital.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Patrones o desarrollos emergentes en el ámbito de la tecnología digital que tienen un impacto significativo en la sociedad, la economía y la vida cotidiana de las personas.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

TEMA 1: SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Introducción a la asignatura
2. Partamos de la cuarta revolución industrial y sus elementos. Breve análisis de todo lo que no sabemos.
3. Sociedad de la Información. Dónde estamos. Las generaciones digitales, hábitos, costumbres y comportamientos. Cifras relevantes.
4. Conceptos básicos de tecnologías de la información y la comunicación. El esquema de comunicación digital y sus elementos.
5. Formatos y soportes. Formas de comunicación por generaciones y tecnologías.
6. La mediatización digital. El regreso a una sociedad estratificada y de decisión piramidal inversa. La influencia de las OTT y cómo han cambiado el mundo Google, Amazon, Meta, Twitter/X, Apple y Open AI.
7. La situación geopolítica/comercial.
8. Introducción al concepto cloud (computación, almacenamiento, virtualización y gestión). Para qué nos sirve en términos corporativos.
9. La comunicación en red. Pros y contras.
10. Vida digital. Nuevos sistemas de producción y distribución digital, los criptoactivos, el nuevo consumidor. Pantallas, cascos y gafas. La inmersión.
11. Redes sociales, tendencias, usos, polémicas y cifras. Generación de contenidos para plataformas digitales. Surfear la ola.
12. El impacto de la IA en la publicidad.
13. El problema de la desinformación digital. ¿Tiene solución? Una mentira destruye un producto. Afrontar una crisis.
14. Comunicación entre los equipos en la era Digital. Concepto de co-working, el teletrabajo y las herramientas colaborativas.

TEMA 2: TECNOLOGÍA. COMPRENSIÓN Y USO

15. Las grandes redes fijas, móviles y satelitales. 5G y la revolución de la sociedad digital asociada a la conectividad.
16. Necesidad de cobertura, qué y para qué. Las brechas y el peligro de exclusión
17. La penetración de la sociedad de la inteligencia en España (la agenda agenda 20/30).
18. El decisivo mercado de los semiconductores. La crisis mundial (tensiones económicas, guerras por las materias primas, dificultades en el comercio marítimo, la crisis de Taiwán). Impacto arancelario.
19. Terminales multiformato, del PC a los wearables, IoT, asistentes virtuales, coche conectado, el hogar tech, Smart cities. Robots. Las realidades extendidas (gafas)
20. Los gemelos digitales. Un éxito para las propuestas.

TEMA 3: Del BIG DATA A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

21. La sociedad sensorizada y sin límites. El círculo mágico sensores, datos, big data, IA.
22. Big Data. Definición, parámetros, principio, ejemplos, oportunidades, problemas
23. Magnitudes, ejemplos y aplicaciones.
24. Casas inteligentes, ciudades inteligentes, cosas que emiten datos y nos permiten acercarnos a los ciudadanos.
25. Recolección de datos. Edge computing. Los grandes centros de datos.
26. IA - Las máquinas aprenden. Machine learning y Deep learning, Los lenguajes largos y los lenguajes cortos.
27. Inteligencia artificial, robots y androides. Los nuevos organoides.
28. La IA generativa. Grandes y pequeños lenguajes. Asistentes y chat bots.

29. La llegada de la inteligencia artificial sectorial y los agentes inteligentes (IA agéntica) Experiencias de éxito.

30. De la tecnología a la ciencia. Supercomputación y computación cuántica

TEMA 4: ENTORNO EMPRESARIAL: hardware, software y regulación.

31. Software para todo. Aplicaciones corporativas y técnicas de medición RSC/ESG

32. La estructura empresarial de las TIC (tipos de empresas y ejemplos)

33. Organismos y leyes nacionales y europeas.

34. Emprender.

35. Fintech. Criptomonedas y tecnologías asociadas (Blockchain)

36. Los grandes problemas: OTT, Neutralidad, Gobernanza, despliegue, ciberseguridad.

TEMA 5. PRESENTE Y FUTURO

37. Llega la comunicación holográfica

38. El metaverso y el omniverso. Los gemelos digitales.

39. La ética digital, la relación hombre máquina, la bioética,

40. La destrucción/creación laboral y la creación de nuevas oportunidades.

41. El quid de la cuestión: La ciberseguridad predictiva, nuevos métodos de securización.

42. España TIC y Telco. El estado del arte. La digitalización rural.

TEMA 6: PRACTICAS DE HERRAMIENTAS DIGITALES

43. Uso de Microsoft Teams y sistemas de videoconferencia

44. Introducción a las herramientas de Office 365

45. Comprensión y prueba del producto, tablas, benchmarks y análisis.

46. Webs y aplicaciones necesarias en el día a día (vida personal y laboral)

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán actividades académicas dirigidas consistentes en alguno de estos aspectos:

- Trabajo 1 (1 de abril) Marketing e IA

- a) Realizar una campaña de marketing para un producto que no exista con Inteligencia Artificial. Campaña completa.
- b) En documento aparte, analiza los defectos que crees que tienes y cómo la podrías mejorar. Aporta el resultado final.

- Trabajo 2: Entrega A FINAL DE CURSO. DESARROLLO A LO LARGO DE LOS MESES empezando en febrero.

- Trabajo en grupo interdisciplinar. Concebir y desarrollar la idea de una *start up*, con base tecnológica. Análisis de competencia, DAFO, posibilidad real de llevarla al mercado, Campaña de marketing para el lanzamiento. Ideas para conseguir financiación.

1. OBLIGATORIO EL USO DE TEAMS de Microsoft (incluido en el pack de office 365 de los alumnos).
2. **La idea y el equipo deben estar aprobados por la profesora**
3. Abrir un equipo en Teams claramente identificado con el nombre del proyecto, grupo, grado y nombre de los integrantes; incluir a la profesora en el grupo, **parte de la nota es el uso regular e individual de esta herramienta (aportación al equipo)**

4. La presentación será una combinación de un 'elevator pitch' (10, minutos) y una ronda de financiación hipotética (la nota depende del 'capital' levantado entre los compañeros).
5. **Se hará una campana de Gauss obligatoria en cada equipo (caso de acuerdo previo, la nota será 0)**
6. **La nota será la media de el dinero conseguido en la 'ronda de financiación' (tanto por ciento), la campana de Gauss (nota individual), el uso de TEAMS, y la presentación (nota individual)**

3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1 Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría y práctica	45	45 (100%)
AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7,5	7,5 (100%)
AF4 Evaluación	7,5	7,5 (100%)
Total	150	60

3.2 Materia con carácter virtual

MATERIA CON CARÁCTER VIRTUAL	ACTIVIDADES FORMATIVAS	¿Es sincrónica?	Horas totales	Horas de interactividad sincrónica
	AF1 Clases de teoría y práctica	Sí	45	9 (20%)
	AF2 Trabajo personal del alumno	No	90	0 (0%)
	AF3 Tutorías	Sí	7,5	4,5(60%)
	AF4 Evaluación	Sí	7,5	1,5 (20%)
	Total		150	15

4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba objetiva final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE5 Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3 Actividades académicas dirigidas	35%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE3 Actividades académicas dirigidas	40%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Del Rivero, M. (2017). *Smart Cities: Una visión para el ciudadano*. Madrid: Editorial LID
- Fundación Telefónica España. (2015). *Sociedad digital en España 2020 (Digital)*. Madrid.
- Fundación Telefónica España. (2015). *Profesiones digitales (Big Data) (Digital)*. Madrid.
- Gilpérez, Luis Miguel (2020). *España 5.0*. Vizcaya. Editorial Versus
- Huidobro, J. M. (2011). *Radiocomunicaciones. Viajando a Través de las Ondas Ciencia Divulgativa*. Creaciones Copyright.
- Rissoan, Romain (2019). *Redes sociales. Comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación (5ª edición)*. Ediciones ENI

Bibliografía recomendada

- Del Rivero, M (2017) *Smart Cities: una visión para el ciudadano*. Madrid. Editorial LID
- Fundación Telefónica (2021) *Historia de las telecomunicaciones*. Madrid. Telefónica PDF
- García, M. (2017) *El fin del mundo tal y como lo conocemos*. Madrid: Planeta
- Harari, Yuval Noah (2016) *Homo Deus Breve historia del mañana*. Barcelona. Debate
- Isaacson, W. (2011) *Steve Jobs*. Barcelona: Editorial Debate
- Isaacson, W. (2014) *Los Innovadores*. Barcelona: Editorial Debate
- Pisani, F. (2016) *Creadores de futuro. De la innovación en el mundo*. Barcelona: Ariel
- Preukschat, A. (coord.) (2017) *Blockchain. La revolución industrial de internet*. Madrid: Gestión 2000, Grupo Planeta
- Schimdt y Rosemberg. (2015) *Cómo trabaja Google*. Madrid: Editorial Aguilar
- Senor D.(2014) *Start up Nation*. Madrid: Autor Editor
- Suárez, A. (2012) *Desnudando a Google*. País Vasco: Deusto
- Tagg, J. (2015) *Ya sueñan los androides*. NJ: Hurs Farm Books, Chatham
- Tenorio, Santiago (2021). *5G Soñemos juntos*. Madrid: Editorial El Viso Media
- VV.AA. (2016). *La revolución digital*. Madrid: IEE Instituto de Estudios Económicos

Otros recursos

- **Colección lo + visto de Telefónica**
Entre otros títulos: Inteligencia artificial, drones, Blockchain, Realidad Aumentada, etc.
- **Revista Telos**
- Zonamovilidad.es (Actualidad tecnológica nacional e internacional)
- Autoconectado.es
- Blogthinkbig.com
- Techcrunch.com (Actualidad internacional)
- mobileworldlive.com (Boletín diario de la GSMA)
- gsmarena.com (Actualidad sobre terminales)
- iabspain.es/investigacion/busca-tu-estudio/ (Estudios sobre publicidad)
- aeacp.es/ (Asociación Española de Agencias de Comunicación y Publicidad)
- aedemo.es/ (Asociación Española de Estudios de Marketing)
- infoadex.es/ (información de audiencias y anunciantes)

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. María del Pilar Bernat Sánchez
Departamento	Departamento en Publicidad
Titulación académica	Licenciada con grado en Geografía e Historia. Periodista colegiada
Correo electrónico	mbernat@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Periodista, Historiadora y profesora universitaria. Pilar Bernat está especializada en Tecnologías de la Información y la Comunicación y más concretamente en el ámbito de las Telecomunicaciones. Es directora de Conocimiento y Contenido en InBusiness 5.0</p> <p>Fundadora y CEO de Novocuatro Ediciones, empresa propietaria de Telefonía y Comunicaciones, revista decana del sector con 25 años de antigüedad, de Zonamovilidad.es desde hace 17 años y Autoconectado.es (2017). Igualmente, colabora con otros medios y publicaciones. Es miembro de la Junta directiva de la asociación de editores españoles, renombrada como CLABE y delegada en CEOE. Miembro del Patronato de la Fundación Luca de Tena y Directora de Conocimiento y Contenido de InBusiness 5.0</p> <p>Actualmente centra su experiencia investigadora en el ámbito de la inteligencia artificial y la automatización de trabajos sistematizados en las redacciones, con varias publicaciones y cursos.</p> <p>Reconocida con el Premio Fundación Vodafone de Periodismo en 2013, del COITT a la trayectoria profesional en 2024 y como una de las 100 (77) influencers del mundo en el ámbito de la tecnología. Posteriormente asignada por el Instituto de Estudios Tecnológicos como una de las mujeres de mayor influencia en el mundo de la comunicación y la IA.</p> <p>Pilar es invitada habitual en programas de televisión, radio, seminarios, cursos y conferencias tanto en el ámbito nacional como internacional. Coautora de libros y publicaciones de diferente temática.</p> <p>Conductora del I y II Foro del Observatorio Nacional de 5G; moderadora en el Foro de la Gobernanza de Internet (IGF) o en el Summit de la patronal DigitalES o de la Cobertura rural en el Senado. Es ponente y conferenciante habitual en universidades, empresas, eventos, centros educativos e instituciones oficiales. Igualmente ha sido elegida Jurado internacional en los premios tecnológicos empresariales NetEvents (California)</p> <p>Así mismo, ha sido asesora y colaboradora en el ámbito de la comunicación y la tecnología para gobiernos extranjeros, grandes multinacionales e instituciones nacionales.</p> <p>Como profesora universitaria, lleva 15 años impartiendo clase de Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información. Actualmente en la Universidad Nebrija y anteriormente en Villanueva C.U. Así mismo tiene experiencia en MOOCs. Ha sido profesora de docentes en Inteligencia Artificial en la URJC y en la Universidad Complutense, así como de profesionales en el Master de ABC, en la Fundación Luca de Tena, o en Madrid Business School.</p>
---	--