

Guía Docente de *Informática*

1. DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	Informática				
Materia	Gestión empresarial				
Código	GGCC01				
Titulación	Grado en Ciencias Gastronómicas y Artes Culinarias				
Centro	Facultad de Ciencias Gastronómicas - Basque Culinary Center				
Tipo	Formación básica				
Año académico	2017-2018	Curso	1 ^{er} curso	Periodo lectivo	1 ^{er} semestre
Itinerario	--				
Idioma	Castellano				
ECTS	6				
Horario	Consultar en Moodle.				
Aula/Taller	Consultar en Moodle.				

2. DATOS DEL PROFESORADO

Profesor	BOTO, Fernando
Profesor	REMAZEILLES, Anthony

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

3.1. Presentación

El objetivo de este curso es llegar a controlar herramientas informáticas que van permitir desarrollar la actividad profesional con solvencia. Estas herramientas proporcionarán una visión de Tecnologías de la Información de ámbito general con miras a una gestión de negocio eficaz.

3.2. Objetivos

- Conocer los conceptos generales sobre las TICs, así como el uso de herramientas informáticas destinadas a la elaboración de informes, cálculos, presentaciones,...
- Descubrir las características de la Web 2.0 y en particular familiarizarse con las herramientas de trabajo colaborativo (gestión de tareas, gestión de datos y desarrollo de documentos informáticos).
- Realizar una comunicación efectiva, tanto oral como escrita.

3.3. Conocimientos previos requeridos

No se requieren.

4. COMPETENCIAS

4.1. Competencias específicas o técnicas
C.04: Identificar y aplicar herramientas y técnicas de gestión de los diferentes procesos (procesos de apoyo al servicio, procesos de producción y procesos de comercialización y marketing), atendiendo a la orientación al cliente, a la rentabilidad del negocio y a la normativa vigente.
C.11: Diseñar y mantener un sistema sencillo de información y vigilancia para mantenerse actualizado en cuestiones del ámbito gastronómico, con el fin de identificar las necesidades formativas propias que le permitan adquirir conocimientos ulteriores con un alto grado de autonomía.
C.12: Utilizar de forma efectiva diferentes herramientas y medios de información/comunicación tanto para recibir y valorar información generada en torno al sector, como para generar y transmitir información relacionada con distintos aspectos del mismo, en equipos multidisciplinares e, incluso, multiculturales.
C.13: Desarrollar actividades de divulgación y formación basándose en resultados de trabajos y proyectos realizados, dirigidas tanto a profesionales del sector como a personas ajenas al mismo, utilizando diferentes herramientas y soportes de formación.

4.2. Competencias transversales
CT. 06: Aprender a aprender
CT. 07: Resolución de problemas
CT. 08: Comunicación eficiente
CT. 09: Uso de las TIC

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS Y METODOLOGÍA DOCENTE

		Actividades formativas (%)						Total % / Actividad formativa	Evaluación propuesta (ECTS)			Total ECTS / Evaluación propuesta
		Presentación en el aula en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias.	Resolución de ejercicios, problemas y/o casos, individualmente y/o en equipo.	Realización de prácticas en talleres y/o laboratorios.	Desarrollo, redacción y presentación de proyectos individuales o en equipo y del trabajo final de grado individual.	Estudio y trabajo individual y/o en equipo, pruebas y exámenes.	Ponencias, jornadas, visitas a empresas.		Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia.	Informes de realización de ejercicios y de estudio de casos, prácticas en taller y/o en laboratorio.	Capacidad técnica, implicación en el proyecto, trabajo realizado, resultados obtenidos, documentación entregada, presentación y defensa técnica.	
Resultado de aprendizaje												
RA1.21	Conocer los conceptos generales sobre las TICs, así como el uso de herramientas informáticas destinadas a la elaboración de informes, cálculos, presentaciones,...	45	45		10			100%	2,2		0,2	2,4
RA1.22	Descubrir las características de la Web 2.0 y en particular familiarizarse con las herramientas de trabajo colaborativo (gestión de tareas, gestión de datos y desarrollo de documentos informáticos).	45	45		10			100%	1,1		0,1	1,2
RA1.23	Realizar una comunicación efectiva, tanto oral como escrita.	45	45		10			100%	2,2		0,2	2,4

Mecanismos de recuperación

Se realizarán pruebas de recuperación parcial en función de las acciones evaluadoras que se realicen.

6. CONTENIDOS

6.1. Contenidos

- Tecnologías de información.
- Herramientas de informática: office.
- Aplicaciones informáticas: comercio y marketing electrónico, publicación y difusión de contenidos, internet y redes sociales virtuales.
- Aplicaciones informáticas para la gestión económico-financiera, para la gestión comercial, la gestión de personas, y la gestión de la documentación.

7. RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

7.1. Recursos didácticos necesarios

- Aulas multifuncionales equipadas con pizarra, proyector, mobiliario adaptable para trabajo en equipo, conexiones eléctricas y conexión WiFi.
- Plataforma Moodle.
- Material docente.
- Equipo informático idealmente con Office 2010 instalado

7.2. Bibliografía

Bibliografía básica

MICROSOFT. *Word 2010 videos and tutorials* [en línea]. Microsoft, 2016. <URL> [Consulta: 14-06-2016]

WALKENBACH, J., TYSON, H., GROH, M. R., WEMPEN, F., & BUCKI, L. A. (2010). *Office 2010 Bible* (Vol. 728). John Wiley & Sons.

Bibliografía recomendada

ANDERSON, Eric. *Social Media Marketing: Game Theory and the Emergence of Collaboration* [en línea]. Springer eBooks. ISBN 978-3-642-13299-5.

BURGOS GARCÍA, Enrique; CORTÉS RICART, Marc. *Iniciate en el marketing 2.0: los social media como herramientas de fidelización de clientes*. La Coruña: Netbiblo, 2009. ISBN 978-84-9745-391-2.

EVANS, Dave. *Social Media Marketing: the next generation of business engagement*. ISBN 978-0470634035.

REYNOLDS, Garr. *Presentación zen: ideas sencillas para el diseño de presentaciones*. Madrid: Pearson Educación, 2010. ISBN 978-84-8322-637-7.

SOLIS, Brian. *The complete guide for brands and businesses to build, cultivate and measure success in the new web*. ISBN 13: 978-1118003763.

WHEELER, Alina. *Diseño de marcas: una guía esencial para todo el equipo de diseño de una marca*. 4ª ed. Madrid: Anaya Multimedia, 2013. ISBN 978-84-415-3453-7.