Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Herramientas Informáticas I - Ofimática
Curso 2023/2024

Asignatura

Nombre Asignatura	Herramientas Informáticas I - Ofimática
Código	100322009
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	1

Profesores

Nombre	Miriam Martínez Allué

Universidad Villanueva

Datos Generales

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Manejo básico del sistema Windows y microsoft. Conocimiento de los programas. organización del trabajo en carpetas, usar y sacar partido a herramientas elementales para la vida laboral como word, excel, power point y photoshop y toda posible novedad del mercado.

OBJETIVOS TEÓRICOS

1. Conocer la estructura y potencialidad de un procesador de texto.
2. Distinguir los conceptos básicos de formato de un procesador de texto. Fuente, párrafo, etc.
3. Conocer la utilidad y aplicación de los estilos para el formateo de texto.
4. Entender el modo de organizar la información en capítulos, secciones, páginas, etc.
5. Conocer las herramientas de corrección ortográfica y sintáctica.
6. Integrar la utilidad de los procesos de búsqueda y cambio automáticos.
7. Comprender la utilidad de las citas bibliográficas y su necesidad.
8. Conocer la capacidad de Word para realizar maquetaciones sencillas.
9. Aprender los modos de organizar datos en una base de datos, y los tipos de datos más comunes.
10. Aprender a usar la formulación básica y tablas de datos dinámicas.
11. Conocer las posibilidades de operar datos y realizar actividades lógicas en las bases de datos.
12. Aprender que la presentación visual de datos es más efectiva y convincente que las amalgamas de datos.
13. Hacer presentaciones de calidad: en estructura y contenido.
14. Tener un conocimiento básico de diseño,
15. Conocer cualquier avance o novedad de interés relacionadas con las herramientas de ofimática.

OBJETIVOS PRÁCTICOS

1. Ser capaz de introducir texto de manera ordenada en un procesador y guardarla de modo ordenado y recuperable.
2. Utilizar todos los recursos de formato y la utilización de estilos, así como la forma de modificarlos.
3. Organizar el texto del modo adecuado, introduciendo tablas de contenido, índices, etc. de modo automático.
4. Saber utilizar las herramientas de búsqueda y cambio, así como las de corrección ortográfica en varios idiomas.

5. Saber introducir un índice para los trabajos finales de grado y actualización del mismo.
6. Introducir citas bibliográficas en el estilo requerido.
7. Emplear las cajas de texto, los gráficos y otros elementos para realizar maquetaciones sencillas.
8. Desarrollar presentaciones con un estilo definido, con el uso del patrón de diapositivas.
9. Saber llevar a cabo presentaciones corporativas, con estilo y formato definido,
10. Conocer las aplicaciones más comunes de una presentación de calidad,
11. Introducir datos, ordenarlos, buscarlos y clasificarlos en Excel.
12. Usar tablas y gráficos dinámico con representación de datos.
13. Formatear tablas para presentar la información de forma adecuada mediante gráficos.
14. Emplear fórmulas para realizar operaciones aritméticas y lógicas en Excel: conceptos básicos, funciones lógicas y condicionales.
15. Saber usar las herramientas de diseño más comunes.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Competencias Básicas

CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

CG1 - Valorar la evolución de la publicidad, el marketing y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales,

publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG5 Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

Competencias específicas

CE1 - Aplicar las técnicas de comunicación, expresión oral y escrita, en especial las utilizadas en la gestión publicitaria y en la comunicación empresarial e institucional.

CE2 - Seleccionar los soportes y medios adecuados para la planificación de programas, campañas y acciones de publicidad y relaciones públicas.

CE3 - Implementar los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria.

CE4 Manejar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios, de relaciones públicas y de otras formas de comunicación.

CE5 - Utilizar los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE7 - Gestionar las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE8 Elaborar el análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas a través de los diferentes programas..

CE10 - Elaborar el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas

CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE12 - Gestionar los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de esta.

CE13 - Definir e implementar una política de gestión de la información y documentación en una empresa publicitaria, del marketing y de las relaciones.

CE14 - Analizar los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación y persuasión.

CE15 - Gestionar la publicidad y las relaciones públicas en el actual entorno digital y estar preparados para los nuevos avances tecnológicos que se puedan desarrollar.

CE17 Aplicar el conocimiento del entorno económico a la gestión publicitaria, marketing y de las

relaciones públicas.

CE19 - Diseñar una campaña publicitaria o de marketing utilizando las herramientas informáticas específicas para cada soporte.

CE20 - Comprender la historia del mundo actual, de la literatura universal, de la publicidad y las relaciones públicas, de la sociología, de la cultura, de la ciencia política y del pensamiento político para proyectar estos conocimientos en los trabajos publicitarios.

Competencias Transversales

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

1. Introducción de texto, y manejo de ficheros en Word
2. Formato y estilo del texto en Word.
3. Capítulos, secciones, índices y tablas de contenido.
4. Herramientas de búsqueda y cambio. Corrección ortográfica. Utilización de idiomas.
5. Citas bibliográficas.
6. Utilización de elementos gráficos en Word.
7. Introducción y clasificación de datos en Excel.
8. Formato de tablas y empleo de gráficos.
9. Fórmulas aritméticas y lógicas en Excel.
10. Formato y estilo en Power Point

11. Imagen corporativa y de empresa en Power Point.
12. Nociones básicas de diseño.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Denominación

Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante. Nº horas 50. % Presencialidad 100%

Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.). Nº horas 35. % Presencialidad 100%

Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc. Nº horas 20. % Presencialidad 50%

Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc. Nº horas 5 % Presencialidad 60%

Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc. Nº horas 38. % Presencialidad 0%

Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes. Nº horas 2. % Presencialidad 100%

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Factores evaluables.

SE1 Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: valorar el desempeño y aprovechamiento de la materia, así como de las competencias pertinentes, a través de la asistencia, la observación pautada de comportamientos y la participación. 10%*

SE2 Evaluación de trabajos, prácticas, informes: valorar el aprendizaje y la adquisición de

competencias de los estudiantes a través de la realización de trabajos, individuales o grupales, que pueden incluir una presentación oral. 60%

SE3 Pruebas de evaluación oral o escrita: valoración mediante prueba objetiva oral o escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia. 30%
Todas las partes (SE1, SE2 y SE3 han de ser aprobadas para aprobar la asignatura.)

*Los alumnos sin obligación de asistencia deberán entregar el trabajo que se les señale para evaluar este factor.

Otros factores.

La asistencia a las clases presenciales y a las actividades obligatorias deberá superar el 70%. En el 30% restante se incluyen los pequeños procesos gripales, las visitas médicas, los acontecimientos familiares, los problemas de tráfico, etc. Por ese motivo no se presentan nunca justificantes al profesor.

La entrega de prácticas debe superar el 80%. En caso contrario no se promediarán los diferentes factores evaluables de la asignatura.

Todos los factores evaluables deberán ser iguales o superiores a 5 para aprobar la asignatura.

Convocatoria extraordinaria.

Se deberán entregar las prácticas señaladas específicamente para esa convocatoria si no se ha aprobado la nota de prácticas de la convocatoria ordinaria y ponderarán un 60% de la calificación.

El examen teórico aumentará su valor al 40% desapareciendo la nota de participación.

Ambas notas deberán ser iguales o superiores a 5 para superar la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

1. Excel 2021. VV.AA. Editorial ENI. 2022. Colección: Ofimática Profesional
2. Word Microsoft 365. VV.AA. Editorial ENI 2022. Colección: Ofimática Profesional
3. Power Point https://www.slideshare.net/
    - PPT: https://www.youtube.com/watch?v=7_Cy3tsaGRA
    - PPT: https://www.youtube.com/watch?v=oaveOoBwV4Q

1. https://support.microsoft.com/es-es/office/aprendizaje-de-powerpoint-para-windows-40e8c930-cb0b-40d8-82c4-bd53d3398787
2. https://excelyvba.com/
3. Photoshop: https://rbgescuela.com/

Universidad Villanueva

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

El horario de clases está a disposición de los alumnos a través del portal del alumno

Serán en el aula de la clase en este horario: Lunes de 14:00 h a 14:45h o Jueves de 11:30h a 12:15, previa petición de cita al profesor. miriam.martinez@villanueva.edu

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Esta guía docente se publicó el 29 de septiembre de 2022.