

Guía docente de la asignatura

**Fecha de aprobación por la Comisión
Académica: 15/07/2022****Tig y Geolocalización. Estudio de
Casos (MB1/56/2/10)****Máster**Máster Universitario en Planificación, Gobernanza y Liderazgo
Territorial**MÓDULO**

Tecnologías de la Información Geográfica

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

**CENTRO RESPONSABLE
DEL TÍTULO**

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre

Segundo

Créditos

3

Tipo

Optativa

**Tipo de
enseñanza**Enseñanza
Virtual**BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)**

- Introducción.
- Aproximación a la Geolocalización y al Geomarketing.
- Casos prácticos en Geolocalización y Geomarketing.
- Introducción al web mapping.
- Elaboración y difusión de mapas online.

COMPETENCIAS**COMPETENCIAS BÁSICAS**

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la



complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Poseer capacidad de análisis y síntesis, de organización y de adecuada comunicación oral y escrita.
- CG04 - Adquirir una actitud sistemática de cuidado, precisión y motivación por la calidad en el trabajo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE05 - Combinar las dimensiones temporal y espacial en la explicación de los procesos socioterritoriales.
- CE09 - Manejar y aplicar las Tecnologías de la Información Geográfica en tareas de planificación territorial.
- CE10 - Generar propuestas sostenibles, ambiental, social y económicamente, para la localización de actividades y servicios; para la gestión de recursos y el establecimiento de restricciones territoriales.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT01 - Aspirar a alcanzar la calidad y la excelencia en la realización de diferentes tareas.
- CT05 - Incorporar los principios del Diseño Universal en el desempeño de su profesión.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Conocer los significados y aplicaciones de la geolocalización y el geomarketing.
- Diferenciar entre los conceptos Solomo, Smart City, Big Data y Social Media Maps.
- Como utilizan la geolocalización on line las empresa.
- Manejar My Maps de Google
- Manejar Fusion Tables de Google
- Descargar datos de Google Earth
- Difusión y publicación de información geográfica.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS



TEÓRICO

Tema 1. Cartografía Online o Web Mapping.

Introducción.

1.1 Nuevas tendencias cartográficas: la cartografía online o web mapping.

1.2 Aplicaciones de web mapping. Introducción a las herramientas cartográficas de Google.

1.3 Geolocalización y geocodificación de entidades geográficas.

1.4 El lenguaje cartográfico. Estilos aplicados a geodatos vectoriales.

1.5 Open Data Source. Capas de información geográfica y bases de datos. Formatos utilizados en internet.

1.6 Difusión de contenidos online. Bibliografía.

Tema 2. Aproximación a la Geolocalización y al Geomarketing.

Introducción.

2.1 ¿Qué es la Geolocalización?

2.2 Geolocalización a través de Redes Sociales.

2.2.1 Redes Sociales en España que integran la geolocalización.

2.2.2 Geolocalización & privacidad.

2.3 ¿Qué es el Geomarketing?

2.4 Concepto SoLoMo.

2.5 Concepto Smart City.

2.6 Concepto Big Data. Bibliografía.

PRÁCTICO

Tema 3. Casos prácticos en Geolocalización y Geomarketing. Introducción.

3.1 Geolocalización para empresas.

3.2 Sectores en los que se usa la Geolocalización.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL



Beltrán, G. (2016). Geolocalización online: la importancia del dónde. Universitat Oberta de Catalunya. 126 p.

Burgos, S. (2016). Introducción a Google Maps API. Enlace web Noviembre 2018:
<http://saulburgos.com/books/googlemaps.html#.W-QKZvIRfct>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Borja, J. y Castell, M. (1997): Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información. Taurus. Madrid

Cawood, S. y Fiala, M. (2008) "Realidad Aumentada: A Practical Guide".

Chasco, C. (2003). El geomarketing y la distribución comercial. Revista Investigación y Marketing 79, pp. 6-13. Madrid.

Colado, S. (2013). Smart City: hacía la gestión inteligente. Editorial Marcombo.

Fundación Telefónica. (2011). Smart Cities: un primer paso hacia el internet de las cosas. Editorial Ariel. 109 p. Enlace web mayo 2019 https://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/101/

Greenfield, A. (2013) "Against the Smart City (The city is here for you to use Book 1)", Ed. Do Projects.

Marketing práctico, artículos publicados en VenMás.com. Editores: consulting sl y autores.

Nuevo informe sobre el futuro de la realidad aumentada (2012-2017).
<http://www.marketresearchreports.com>

Olaya, V. (2012). Sistemas de información Geográfica. Enlace web Noviembre 2018:
<http://volaya.github.io/libro-sig>

Slocum, T., McMaster, R.B., Kessler, F.C., y Howard, H.H. (2009), Thematic cartography and geovisualization, Prentice Hall.

ENLACES RECOMENDADOS

Future trends in geospatial information management: the five to ten year vision United Nations Initiative on Global Geospatial Information Management

http://ggim.un.org/ggim_20171012/docs/meetings/GGIM5/Future%20Trends%20in%20Geospatial%20Information%20Management%20%20the%20five%20to%20ten%20year%20vision.pdf

Guía seguridad en geolocalización:

https://radiosyculturalibre.com.ar/compartir/biblioteca/INFOSEC/guia_sobre_seguridad_y_privacidad_de_las_herramientas_de_geolocalizacion.pdf



Los 50 términos imprescindibles del Marketing Online, bien explicados.

http://www.socialmediaycontenidos.com/los-50-terminos-imprescindibles-del-marketingonline-bien-explicados-ii?goback=%2Egde_1806685_member_227986791

36 infografías sobre el mundo de la geolocalización. Publicado por Gerson Beltrán:

<http://www.territoriocreativo.es/etc/2013/02/36-infografias-sobre-el-mundo-de-lageolocalizacion.ht>

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD04 Prácticas
- MD07 Análisis de fuentes y documentos
- MD09 Realización de trabajos individuales
- MD12 Tutorías de seguimiento de trabajos
- MD13 Desarrollo de foros on-line de debate, de trabajo, de información, de consultas.
- MD14 Material audiovisual editado por el profesor (Presentaciones con audio, capturas de pantalla con video, grabación de clases, páginas web)
- MD16 Cuestionarios de autoevaluación on-line

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

La **evaluación** se realizará a partir de:

- la realización de test de autoevaluación con la finalidad de asentar los principales conceptos.
- la participación del alumno en los foros, mediante la calidad de sus intervenciones, la profundidad y claridad de los contenidos presentados, así como su capacidad de discurso escrito y presentación gráfica (Utilización de imágenes, gráficos, enlaces, etc).
- Realización de ejercicios en los que el alumno pondrá en práctica los conocimientos teóricos adquiridos. La **calificación** de la asignatura se realizará de la forma siguiente:
- Realización de cuestionarios (Test) sobre contenidos teóricos de geolocalización y geomarketing, Supondrán el 25% de la calificación final.
- Realización de ejercicios en ordenador para resolución de problemas relacionados con la cartografía online. Estas tareas supondrán el 25% de la calificación final.
- Realización de un ejercicio mediante aprendizaje basado en problemas sobre temas de cartografía online. Esta tarea supondrá el 40% de la calificación final
- Pruebas de validación online (debates): Hasta un 10% de la calificación final.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA



La evaluación y calificación de esta convocatoria se realizará mediante la realización de un cuestionario de 10 preguntas online donde se expondrán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

Esta prueba supondrá el 100% de la calificación.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

La evaluación y calificación de esta convocatoria se realizará mediante la realización de un cuestionario de 10 preguntas online donde se expondrán los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

Esta prueba supondrá el 100% de la calificación.

