

Guía docente de la asignatura

Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 19/07/2023

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.
- Cómo utilizan la geolocalización on line las empresa.
- Manejar My Maps de Google.
- Descargar datos geolocalizados de Google.
- Difusión y publicación de información geográfica.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

Tema 1. Aproximación a la Geolocalización y al Geomarketing

1.1. El concepto de Geolocalización

1.2. Geolocalización a través de las Redes Sociales

1.3. Qué es el Geomarketing



1.4. Concepto de SOLOMO

1.5. Concepto de Smart City

1.6. Concepto de Big Data

Tema 2. Casos prácticos en Geolocalización y Geomarketing

2.1. La Geolocalización en el sector público

2.2. La Geolocalización para las empresas

2.3. Estudios de casos sobre geolocalización

PRÁCTICO

Tema 3. Cartografía Online o Web Mapping: Creación de Mapas

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

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

3.3. Geolocalización y geocodificación de entidades geográficas.

Tema 4. Cartografía Online o Web Mapping: Publicación y Difusión de Mapas

4.1. El lenguaje cartográfico. Estilos aplicados a geodatos vectoriales.

4.2. Open Data Source. Capas de información geográfica y bases de datos.

4.3. Difusión de contenidos online.

4.4. Cartografía Colaborativa

Tema 5. Práctica Final

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

Alcaide, J.C., Calero, R. y Hernández, R. (2012). Geomarketing. Marketing territorial para vender y fidelizar más. Control: La publicidad desde 1962 592: 80.

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

Beltrán López, G. (2012). Geolocalización y redes sociales: un mundo social, local y móvil. Bubok.

Burgos, S. (2016). Introducción a Google Maps API. Enlace web Noviembre 2018:



<http://saulburgos.com/books/googlemaps.html#.W-QKZvIRfct>

Chasco, C. 2011. Smart Cities: un primer paso hacia el internet de las cosas. Madrid, Barcelona: Fundación Telefónica y Editorial Ariel.

Cliquet, G. y Baray, J.(2020). Location-based Marketing. Geomarketing and Geolocation. Londres y EEUU: ISTE y Wiley.

Directorate-General for Internal Policies of the Union (European Parliament) (2014). Mapping Smart Cities in the EU. European Union. European Parliament Committee on Industry, Research and Energy. Disponible en: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET\(2014\)507480_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET(2014)507480_EN.pdf)

Moreno Jiménez (dir.)(2001). Geomarketing con Sistemas de Información Geográfica. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Beltrán López, G. (2014). [Geomarketing : geolocalización, redes sociales y turismo. Ed. Gerson Beltrán López.](#)

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

Cawood, S. y Fiala, M. (2008) . Augmented Reality: A Practical Guide. Raleigh, N.C.: Pragmatic Booshelf.

Chasco Yrigoyen, C. (2003). El geomarketing y la distribución comercial. Revista Investigación y Marketing 79, pp. 6-14.

Colado, S., Gutierrez, A., Vives, C.J. y Valencia, E. (2013). Smart City: hacía la gestión inteligente. Barcelona: Marcombo.

Fundación Telefónica. (2011). Smart Cities: un primer paso hacia el internet de las cosas. Madrid: Editorial Ariel. Disponible en: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_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.

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

Olaya, V. (2014). Sistemas de información Geográfica. Disponible en: <http://volaya.github.io/libro-sig>

Slocum, T., McMaster, R.B., Kessler, F.C., y Howard, H.H. (2009). Thematic cartography and geovisualization. Reino Unido: Taylor & Francis.



ENLACES RECOMENDADOS

- Future trends in geospatial information management: the five to ten year vision United Nations Initiative on Global Geospatial Information Management (Second Edition): http://ggim.un.org/ggim_20171012/docs/meetings/GGIM5/Future%20Trends%20in%20Geospatial%20Information%20Management%20%20the%20five%20to%20ten%20year%20vision.pdf
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio "Guía sobre seguridad y privacidad de las herramientas de geolocalización": http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/424/guia_sobre_seguridad_y_privacidad_de_las_herramientas_de_geolocalizacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SocialMedia y Contenidos.com "Los 50 términos imprescindibles del Marketing Online, bien explicados": <https://www.socialmediaycontenidos.com/50-terminos-imprescindibles-marketing-online-bien-explicados-1/>
- Blog gersonbeltran.com "36 infografías sobre el mundo de la geolocalización": <https://gersonbeltran.com/2013/02/18/recopilacion-de-36-infografias-en-torno-a-la-geolocalizacion/>

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 alumnado 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 alumnado pondrá en práctica los conocimientos teóricos adquiridos.

La **calificación** de la asignatura se realizará de la forma siguiente:

- Cuestionarios online: 30%



- Resolución de ejercicios o entrega de trabajos, informes a través de la Plataforma docente, a través de internet: 40%
- Pruebas de validación online: 30%.

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.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Información de interés para estudiantado con discapacidad y/o Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE): [Gestión de servicios y apoyos](https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad) (<https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad>).

