

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Cultura Digital
Código	E000005096
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Nuria Blanco Hernández
Horario	Ver web Cesag
Horario de tutorías	Bajo petición
Descriptor	Esta asignatura es fundamental para entender los impactos que la introducción de Internet tiene en los comportamientos sociales e individuales. Es fundamental para interpretar los nuevos patrones de conducta de las personas, su asunción de las nuevas realidades online, etcétera.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Javier Mato Veiga
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Despacho	14
Correo electrónico	jmato@cesag.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Nuria Blanco Hernández
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	nblanco@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>Todo tipo de profesiones vinculadas a la comunicación están experimentando un cambio radical debido a Internet, todo tipo de dispositivos tecnológicos y redes sociales.</p> <p>Desde mediados de los noventa, dentro del progresivo asentamiento de la tecnología en todos los ámbitos de la sociedad, periodistas, creadores de contenidos audiovisuales, publicitarios y todos los productores culturales han ido experimentando cómo la red introduce</p>

nuevos enfoques en sus especialidades.

Estas nuevas prácticas, a su vez en evolución, implican un cambio profundo en la relación entre creador y público e, incluso, en la propia definición de sus roles y comportamientos.

La convergencia del periodismo y la comunicación en el ecosistema digital tiene un impacto relevante en nuestra sociedad que hoy está en evolución. Nuevas estructuras, nuevas formas de comunicación y nuevas culturas han creado un mundo de grandes oportunidades personales y profesionales, pero también han surgido temas controvertidos relacionados con el comportamiento humano, alimentando incluso prácticas peligrosas de gigantes tecnológicas que ponen en peligro los sistemas democráticos cuando los datos personales se vuelven armas electorales.

Como profesionales de las ciencias de la comunicación, sumergirse en la comunicación digital y los diferentes movimientos y culturas digitales a las que dan lugar es una cuestión obligatoria por el papel que estos profesionales, como gestores de mensajes y contenidos, representan.

Prerequisitos

No hay.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG04	Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.
CG05	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación a nivel local, nacional e internacional para la actividad profesional.
CG07	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

TRANSVERSALES

CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT06	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.

CT11	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
ESPECÍFICAS	
CE05	Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.
CE08	Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.
CE09	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)
RA3	Conocer la estructura y las políticas de la comunicación audiovisual.
RA4	Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

1. Tecnología y sociedad. Determinismo, teorías sociales, teorías incorporando a la tecnología como actor social.
2. Características de la cultura digital. Fenómenos asociados. Paralelismos con la filosofía.
3. Historia de la cultura digital.
4. La convergencia de medios.
5. Efectos mutuos entre economía y cultura. Globalización. Brecha digital
6. Efectos socio culturales. Identidades online. Privacidad
7. El mundo de las redes sociales. Cultura de la conectividad
8. Nueva percepción. Cultura visual. Adicción
9. El futuro de los nuevos medios. Big data.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Interacción profesor-estudiante (presencial-On line)

- Centradas en el profesor. Clases teóricas.
- Centradas en el alumno. Seminarios, presentaciones, debate.

Trabajo autónomo del estudiante (no presencial)

- Estudio y trabajo individual.

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba final.	<p>Se valorará el conocimiento del contenido de la asignatura.</p> <p>La capacidad para asociar conceptos entre sí.</p> <p>La capacidad para expresar ordenada y sistemáticamente las ideas en cuestión.</p> <p>La calidad de la redacción -a nivel sintáctico y ortográfico.</p> <p>La organización y coherencia del tema expuesto.</p> <p>La participación y calidad de la exposición oral.</p>	50 %
Trabajo individual.	<p>Capacidad de análisis y reflexión.</p> <p>Concreción y uso adecuado de la terminología propia de la asignatura.</p> <p>Se valora el conocimiento del tema, sus interacciones.</p> <p>Se valora la capacidad de expresar con claridad y precisión los conceptos estudiados y sus interrelaciones en el discurso escrito.</p> <p>También se evalúa la corrección lingüística, desde la</p>	20 %



	sintaxis hasta la ortografía.	
Trabajo individual.	Se valora el conocimiento del tema, sus interacciones. Se valora la capacidad de reflexión y aportaciones personales (conclusiones). Se valora la capacidad de expresar con claridad y precisión los conceptos estudiados. También se evalúa la corrección lingüística, desde la sintaxis hasta la ortografía.	20 %
Participación. Consiste en asistencia a las clases, intervenciones en las mismas, presentaciones de acuerdo al calendario de seminarios y, en general, la implicación en el curso.	Se valorará la actitud y la participación.	10 %

Calificaciones

Para aprobar es necesario aprobar cada uno de los trabajos individuales más la prueba final (exposición oral).

La ausencia o no participación, sin causa justificada, supondrá un 0 en la evaluación de ese instrumento.

Las obras individuales y la prueba final serán recuperables.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Exámenes parciales	Semanas 5, 10 y 15	El examen de la semana 15 dependerá de si se ha podido cumplir el calendario temático, cosa que habitualmente sucede.
Seminarios	Semanales, excepto semana 1, 5, 10 y 15	Semanas indicadas.
Trabajos y proyectos	Durante el curso, antes del examen final.	Antes del examen final. Los trabajos entregados antes de Navidades podrán contar con un informe del profesor.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Cibercultura. Informe al Consejo Europeo. Anthropos Editorial: México: Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa, 2007. XXIV p.

230 p.; 20 cm. - (Ciencia, Tecnología y Sociedad: 16).

Castells, Manuel (ed) (2004) The Network Society. A cross-cultural perspective. Cheltenham (UK). Edward Elgar.

El yo saturado de Kenneth J. Gergen. Paidós, Col. Contextos, 2018.

La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. José Van Dijck. Siglo XXI Editoriales, 2016.

Understanding Digital Culture. Miller, Vincent (2020). Londres. Sage.

The Shallows. Londres. Carr, Nicholas (2010). Atlantic Books.

Unlike Us Reader. Social Media. Lovink, Geert & Rasch, Miriam (eds) (2013).

The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You. Eli Pariser. Penguin Books Limited, Business & Economics, (2012).

Bibliografía Complementaria

Al inicio del curso el profesor facilitará a los estudiantes lecturas complementarias (artículos académicos, periodísticos, documentales, entrevistas, films, etc. Distintos materiales en relación con la asignatura.)

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>