

Tecnologies de la Informació i la Comunicació**2013/2014**

Codi: 103023

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	FB	1	2

Professor de contacte

Nom: David Fernandez Quijada

Correu electrònic: David.Fernandez@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: No

Algun grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

Per cursar aquesta assignatura es requereix una bona comprensió i ús de l'anglès. Es donen per assimilats els continguts de les assignatures del grau prèviament cursades.

Objectius

L'assignatura s'ubica dintre de la matèria Comunicació, impartida en el primer i segon curs del grau. Per tant, els objectius formatius d'aquesta assignatura es materialitzen en el conjunt que forma amb la resta d'assignatures de la matèria, totes elles de 6 crèdits ECTS i de formació bàsica: Història de la comunicació, Estructura de la comunicació, Llenguatges comunicatius escrits i audiovisuals i Teories de la comunicació.

En conseqüència, l'assignatura s'encabeix en el grup d'assignatures específiques relacionades amb la comunicació. L'objectiu és donar les claus bàsiques d'interpretació de les tecnologies i del seu paper en la societat. És una introducció profunda i alhora teòrica, per tal de donar les bases de reflexió a futures assignatures.

Tal com es defineix en el pla d'estudi, l'objectiu d'aquesta assignatura és l'estudi de les tecnologies associades al desenvolupament de la societat de la informació i el coneixement, considerant especialment el seu impacte en la innovació i en la creació d'entorns socio-culturals. Es tracta de reflexionar sobre el paper de les tecnologies en la societat i la indústria publicitària, així com el seu impacte en la comunicació ciutadana.

Específicament, els objectius de l'assignatura són els següents:

- Conèixer quins són els processos tècnics que intervenen en la comunicació canalitzada pels mitjans audiovisuals.
- Aprendre quins són els principals instruments tecnològics que intervenen en aquests processos i les innovacions que s'estan produint en aquest terreny, per veure com això pot influir en la feina del comunicador, en els missatges i en la seva recepció.
- Reflexionar críticament sobre el discurs tecnològic i l'aplicació de les tecnologies de la informació i de la comunicació al treball publicitari i dels mitjans.

Competències

Publicitat i Relacions Públiques

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
3. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
4. Demostrar esperit crític i autocrític.
5. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
6. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
7. Gestionar el temps de manera adequada.
8. Relacionar l'anàlisi social i els impactes de les noves tecnologies de la comunicació.
9. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
10. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.

Continguts

1. Introducció conceptual a les TIC
2. El discurs tecnològic
3. Innovació tecnològica
4. La lògica de l'estandardització de sistemes tècnics
5. Recepció audiovisual

Metodologia

L'adquisició de coneixements i competències per part dels alumnes es farà a través de diversos procediments metodològics que inclouen les classes magistrals a l'aula, exercicis de debat i reflexió proposats pel professor, les lectures i els seminaris, a més dels materials textuais i audiovisuals de suport disponibles a través del Campus Virtual.

En concret, es faran sis seminaris sobre temes específics del temari en grups reduïts on es proporcionaran un seguit de lectures prèvies.

A més, es faran classes magistrals participatives a l'aula i un treball d'entre 5.000 i 5.500 paraules en grups de cinc o sis persones.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	27	1,08	1, 4, 6, 8, 9
Seminaris	18	0,72	3, 4, 5, 6, 8, 9
Tipus: Supervisades			
Tutories	3	0,12	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Tipus: Autònomes			
Lectura, anàlisi i síntesi de textos, preparació i realització de treballs	78	3,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

Avaluació

El sistema d'avaluació continuada està integrat per tres parts diferenciades, cadascuna de les quals s'ha d'aprovar per a superar l'assignatura:

- Treball (50%)
- Examen teòric (40%)
- Seminaris (10%)

El treball és una activitat realitzada en grup que serà tutoritzat amb sessions programades. Els alumnes hauran d'evidenciar capacitat de llegir críticament el discurs tecnològic contemporani, relacionant la teoria de l'assignatura amb un cas específic de la seva elecció. El treball ha de contenir una argumentació raonada, basada en les evidències recollides mitjançant la utilització de fonts primàries i secundàries. Es valorarà especialment el coneixement i comprensió del tema elegit, la capacitat d'orientar el treball cap a un objectiu específic prèviament definit i l'habilitat d'establir connexions entre la teoria i els casos concrets. Igualment, es valoraran els aspectes formals del treball i, concretament, la seva adequació a la pauta indicada pels professors responsables a l'inici del curs.

L'examen teòric inclourà el que s'ha vist i fet a les sessions teòriques de classe, dels seminaris i les lectures que s'hauran de fer al llarg del curs.

La intervenció als seminaris s'articularà a partir de les pautes que es facilitaran i penjaran al Campus Virtual. S'hauran de preparar prèviament i es treballaran en exercicis i/o presentacions.

Sobre el període i condicions de reavaluació

Les darreres tres setmanes del curs es dedicaran a activitats de reavaluació, a les quals es podran acollir els estudiants que compleixin les següents condicions:

- En cas d'haver suspès

Que hagin obtingut una nota mínima de 4,5 a l'examen de teoria.

Que hagin obtingut una nota mínima de 4,5 al treball amb les següents excepcions: no es reavaluarà un treball plagiat en part o en la seva totalitat (és un 0 directament) o aquells que no compleixin els requisits formals especificats prèviament (que tinguin faltes d'ortografia, no tinguin l'extensió demanada, etc.).

- En cas de voler pujar nota

Es podran acollir a la reavaluació aquells estudiants que vulguin millorar la seva nota, sempre que la qualificació sigui igual o superior a 8. Atenció: la presentació a aquesta prova de reavaluació pot comportar, si s'escau, una baixada de la nota.

Els seminaris no són reavaluables en cap sentit.

Durant aquest període, els alumnes seran tutoritzats per aprofundir en els conceptes tractats durant el curs i es faran les proves corresponents a aquest procés.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen teòric	40%	3	0,12	3, 4, 5, 6, 8, 9
Seminaris	10%	18	0,72	4, 6, 7, 8, 9
Treball	50%	3	0,12	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Bibliografia

Carey, John i Martin C.J. Elton (2010): When Media are New: Understanding the Dynamics of New Media Adoption and Use, Ann Arbor: University of Michigan Press.

Fernández-Quijada, David (ed.) (2011): Medi@TIC: anàlisi de casos de tecnologia i mitjans, Barcelona: UOC.

Fernández-Quijada, David (2013): La innovación tecnológica. Creación, difusión y adopción de las TIC. Barcelona: UOC.

Lax, Stephen (2009): Media and Communication Technologies. A Critical Introduction, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Lievrouw, Leah A. i Livingstone, Sonia (eds.) (2002): Handbook of new media: social shaping and consequences of ICTs, London: Sage.

McStay, Andrew (2010): Digital Advertising, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Rogers, Everett M. (2003): Diffusion of Innovations, 5a ed., New York: Free Press.

Scolari, Carlos (2008): Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva, Barcelona: Gedisa.

Turow, Joseph (2011): The Daily You. How the new advertising industry is defining your identity and your worth . New Haven: Yale University Press.