

Tecnologies de la Informació i la Comunicació**2015/2016**

Codi: 103863

Crèdits: 6

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

Professor de contacte

Nom: Montse Bonet Bagant

Correu electrònic: Montse.Bonet@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Prerequisits

Per cursar aquesta assignatura es requereix una bona comprensió lectora de l'anglès.

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 a 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

- 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 un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- 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.
- Identificar les tradicions comunicatives contemporànies catalana, espanyola i internacional i les seves modalitats d'expressió específiques, així com la seva evolució històrica i les teories i conceptes que les estudien.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Usar una tercera llengua com a forma de treball i expressió professional en els mitjans de comunicació.

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. Contextualitzar els diferents corrents publicitaris i l'obra de publicitaris de referència.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Demostrar esperit crític i autocrític.
6. Descriure l'estructura dels mitjans de comunicació i les seves dinàmiques.
7. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
8. 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.
9. Diferenciar les especificitats dels llenguatges comunicatius escrits i audiovisuals.
10. Explicar l'evolució de les tradicions publicitàries contemporànies internacionals.
11. Gestionar el temps de manera adequada.
12. Identificar el sistema de mitjans de comunicació i els grups que han ostentat en un determinat moment el poder d'informar, i poder detallar el marc legal que crea un determinat govern sobre els mitjans de comunicació.
13. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.
14. Identificar els fonaments estructurals del sistema comunicatiu.
15. Interpretar i discutir textos de les principals teories de la comunicació i de la publicitat i les relacions públiques i exposar per escrit i en públic la síntesi de les seves anàlisis.
16. Relacionar l'anàlisi social i els impactes de les noves tecnologies de la comunicació.
17. Relacionar l'evolució històrica de les modalitats i tradicions comunicatives amb els grups mediàtics que han ostentat en un determinat moment el poder de comunicar.
18. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
19. Trobar el que és substancial i rellevant en documents sobre teoria, estructura i història de la comunicació en una tercera llengua.

Continguts

1. Introducció conceptual a les TIC
2. El discurs tecnològic
3. Cicle vital de les tecnologies
4. Difusió de la innovació
5. Gestió de l'espectre electromagnètic
6. El discurs tecnològic de la Societat de la Informació

7. La lògica de l'estandardització de sistemes tècnics

8. Sistemes de transmissió

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 textuals i audiovisuals de suport disponibles a través del Campus Virtual.

En concret, es faran sis seminaris sobre temes específics del temari en grups reduïts, per als quals caldrà buscar informació prèviament o llegir un text.

A més, es faran classes magistrals participatives a l'aula i un treball d'entre 4.000 i 4.500 paraules en grups de cinc o sis persones, que relacioni la teoria amb casos específics de la realitat tecnològica dels mitjans i la indústria publicitària.

Tot just començar el curs, quedaran penjats al Campus Virtual tots els protocols referits al funcionament del treball de curs i dels sis seminaris.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	34,5	1,38	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Seminaris	18	0,72	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Tipus: Autònomes			
Lectura, anàlisi i síntesi de textos, preparació i realització de treballs	82,5	3,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19

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 (40%)
- Examen teòric (40%)
- Intervenció i treballs fets als seminaris (20%)

El **treball** és una activitat realitzada en grups de cinc o sis persones que serà tutoritzada 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. De l'alumne s'espera que utilitzi la informació recollida per a construir una descripció completa, elaborar una argumentació

sòlida i indagar sobre les causes o sobre les conseqüències en l'objecte d'estudi. 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. Tot just començat el curs, es penjarà el protocol específic de desenvolupament del treball i es parlarà amb cada grup sobre el tema escollit.

Quant al funcionament dels **seminaris**, la nota deriva de la informació aconseguida prèviament i/o la presentació en grup i/o la pràctica feta allà mateix. La intervenció als seminaris s'articularà a partir de les pautes que es facilitaran i penjaran al Campus Virtual. Cada sessió comptarà prèviament amb un protocol explicatiu de funcionament.

Existeix un segon criteri de caire formal i naturalesa substractiva, és a dir, el seu compliment no augmenta la puntuació final però el seu incompliment resta punts. En concret, es valorarà el compliment de les característiques tècniques explicitades en la pauta que s'oferirà a l'alumne a l'inici de curs (tipografia, cos, interlineat, alineació i marges), a raó de 2 dècimes per característica. No complir l'extensió de paraules demanada també penalitzarà a raó de 0,1 punt per cada 100 paraules. L'ortografia també és un criteri formal. Cada falta d'ortografia restarà 0,3 punts.

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 al'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 8,5. Atenció: la presentació a aquesta prova de reavaluació pot comportar, sis'escau, una baixada de la nota.

Els seminaris **NO són reavaluables en cap sentit**.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
EXAMEN TEÒRIC	40%	2	0,08	1, 4, 11, 16
INTERVENCIÓ I TREBALLS EN SEMINARIS	20%	2,5	0,1	1, 2, 4, 5, 7, 8, 11, 16, 18
TREBALL DE CURS	40%	3	0,12	1, 2, 4, 5, 7, 8, 11, 16

Bibliografia

Anderson, P. i Tushman, M.L. (1990) "Technological Discontinuities and Dominant Designs: A Cyclical Model of Technological Change", *Administrative Science Quarterly*, 35(4): 604-633.

Bijker, W.E., Hughes, T.P. i Pinch, T.J. (eds.) (1989) *The Social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. Cambridge (EUA): MIT Press.

Bonet, M., Corominas, M., Fernández Alonso, I. i Díez, M. (2009) "Keys to the failure of DAB in Spain", *Journal of Radio and Audio Media*, 16(1): 83-101.

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.

Donsbach, W. (ed.) (2008) *The International Encyclopedia of Communication*. Oxford: Blackwell.

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

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

Henderson, R.M. i Clark, K.B. (1990) "Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms", *Administrative Science Quarterly*, 35(1): 9-30.

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

Lehman-Wilzig, S. i Cohen-Avigdor, N. (2004) "The natural life cycle of new media evolution: Inter-media struggle for survival in the internet age", *New Media & Society*, 6(6): 707-730.

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

McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós (original de 1964).

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

Niqui, C. (2011) *Fonaments i usos de tecnologia audiovisual digital (E-PUB, llibre electrònic)*. Barcelona: Editorial UOC.

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

Ronderos, P. i Valderrama, A. (2003) "El futuro de la tecnología: una aproximación desde la historiografía", *Revista iberoamericana de ciencia, tecnología, sociedad e innovación*, 5 [http://www.oei.es/revistactsi/numero5/articulo5.htm].

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.

La resta de fonts s'anirà donant al llarg del curs, especialment en funció del tema escollit per al treball de curs o sempre que algun alumne ho demani.