

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 d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Per cursar aquesta assignatura es requereix una bona comprensió lectora de l'anglès, així com el nivell de comprensió lectora, redacció i expressió adequats a un primer curs de carrera universitària.

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.
- 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.

Continguts

L'assignatura gira al voltant d'uns grans temes, de sòlida base teòrica, però que acostumen a incloure constant actualització, seguint el propi desenvolupament del discurs al voltant de la tecnologia i, en especial, de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC). És per això que el seguiment de determinades fonts d'informació més o menys especialitzades té un pes rellevant. Els grans eixos al voltant dels quals gira el contingut són:

1. Introducció conceptual a les TIC
2. El discurs tecnològic: deterministes i constructivistes; tecnofílics i tecnofòbics
3. Cicle vital de les tecnologies
4. Difusió de la innovació: què és innovador i què no ho és; què es considera un èxit i què es considera un fracàs
5. La lògica de l'estandardització de sistemes tècnics
6. El discurs tecnològic de la Societat de la Informació
7. Sistemes de transmissió: plataformes de distribució, comunicació i publicitat
8. La importància de l'espectre radioelèctric?

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 per la professors, 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, 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
Seminaris	18	0,72	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
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

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 grup que serà tutoritzada al llarg del semestre. 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. La nota del treball inclourà la seva presentació a finals de curs.

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.

L'examen teòric serà tipus test i 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.**

Sobre el període i condicions de reavaluació

Les darreres setmanes del curs es dedicaran a activitats de reavaluació, segons quedi fixat al calendari acadèmic aprovat. Podran acollir-se a aquestes activitats els/les alumnes que compleixin les següents condicions:

En cas d'haver suspès

Que hagin obtingut una nota mínima de 3 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, no compleixin els mínims quant a citació, 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 i ho avisin prèviament. 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.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
EXAMEN TEÒRIC	40%	2	0,08	1, 3, 7, 8
INTERVENCIÓ I TREBALLS FETS ALS SEMINARIS	20%	2,5	0,1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
TREBALL DE CURS	40%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografia

REFERÈNCIES DOCUMENTALS

Anderson, P., 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., 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., Díez, M. (2009) 'Keys to the failure of DAB in Spain'. *Journal of Radio and Audio Media* 16(1): 83-101.

De la Cueva, J. (2015) *Manual del Ciberactivista. Teoría y Práctica de las Acciones Micropolíticas*. Bandaáparte Editores.

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

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

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

Henderson, R.M., 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, S. (2009) *Media and Communication Technologies. A Critical Introduction*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Lehman-Wilzig, S., 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., 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, A. (2010): *Digital Advertising*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

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

Peirano, M. (2015) *El Pequeño Libro Rojo del Activista en la Red*. Barcelona: Rocaeditorial.

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

Ronderos, P., 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, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Turow, J. (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 algú ho demani.