

Titulació	Tipus	Curs
Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	OT	0

Professor/a de contacte

Nom: Carlos Llorens Maluquer

Correu electrònic: carles.llorens@uab.cat

Equip docent

Josep Maria Martí Martí

Joaquín Puig González

Ana Maria Ullod Pujol

Emilio Fernández Peña

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Domini de l'anglès.

Objectius

Aquest mòdul té com a objectiu estudiar la transformació de les indústries audiovisuals i els sistemes publicitaris contemporanis, així com les tecnologies i polítiques de comunicació dins de l'escenari de les transformacions digitals. Es tracta de saber delimitar i entendre el pes dels factors econòmics, polítics, industrials, tecnològics, de gestió i d'internet que configuren la complexa realitat del sector audiovisual i publicitari.

Competències

- Analitzar críticament les teories i els models analítics de la comunicació audiovisual i publicitària.
- Aplicar models validats d'anàlisi de continguts, d'avaluació de polítiques, d'estudis de recepció i d'anàlisi d'indústries del sector audiovisual i publicitari.

- Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere, per dissenyar solucions.
- Identificar i comprendre els principals fenòmens que incideixen en les indústries, les polítiques i els continguts audiovisuals i publicitaris, així com en la seva recepció.
- Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
- Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
- Seleccionar, dissenyar i aplicar estratègies metodològiques de recerca científica en l'estudi de la comunicació audiovisual i el desenvolupament de productes

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar com les forces econòmiques, polítiques, tecnològiques i socials incideixen en el sector audiovisual i publicitari, incloent-hi l'impacte d'Internet.
2. Analitzar la incidència de les dinàmiques que intervenen en les indústries i polítiques audiovisuals i publicitàries.
3. Aplicar models validats d'avaluació de polítiques, de tecnologies, de gestió i d'indústries del sector audiovisual i publicitari.
4. Identificar i avaluar els principals corrents de pensament presents en l'estudi relacionat amb les diferents indústries culturals.
5. Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
6. Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
7. Reconèixer el paper dels mitjans, les produccions audiovisuals i la publicitat en la construcció de les relacions de gènere i de la identitat sexual i de gènere.
8. Seleccionar, dissenyar i aplicar estratègies metodològiques de recerca científica en el camp de les indústries i polítiques de la comunicació audiovisual.

Continguts

A partir dels objectius s'abordaran el canvi que suposa la gestió d'empreses i del coneixement en un entorn digital, el paper de la tecnologia i l'economia com a factors clau en els canvis del sector audiovisual i publicitari contemporani i la reflexió i l'estudi de els principals corrents teòrics que els analitzen, l'anàlisi teòrica de les polítiques i tecnologies de comunicació amb estudi de casos concrets a nivell europeu, estatal i català; l'anàlisi intel·lectual del paper d'Internet i l'impacte de les xarxes socials en el sistema audiovisual i publicitari, i, finalment, l'estudi teòric i concret dels canvis de les estructures publicitàries bàsiques per entendre un dels pilars del model de negoci audiovisual .

Temari:

- 1.- Gestió d'empreses i del coneixement en la societat digital 2,5 ECTS (Josep Ma Marfi)
- 2.- Internet, xarxes socials i el seu impacte en el sector audiovisual 2,5 ECTS (Emilio Fernández)
- 3.- Canvis en els sistemes publicitaris contemporanis 5 ECTS (Ana Ullod i Quim Puig)
- 4.- Tecnologia i economia en el sistema audiovisual contemporani 2,5 ECTS (Carles Llorens)

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Seminaris	75	3	1, 2, 4, 7

Tipus: Supervisades			
Tutories dels treballs	70	2,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipus: Autònomes			
Lectures i treball autònom de l'alumnat	100	4	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8
Redacció de los trabajos del módulo	50	2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

La docència s'estructura a partir d'uns seminaris molt especialitzats i la tutorització de treballs sobre les assignatures del mòdul.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el primer dia de la presentació de cada professor i assignatura. L'alumnat podrà trobar al campus virtual els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment de les diferents assignatures. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Nota: El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Traball Josep M ^a Martí	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Treball Ana Ullod	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Treball Carles Llorens	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Treball Emilio Fernández	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Treball Joaquín Puig	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Cada professor del mòdul indicarà a l'inici de la seva assignatura el tipus de treball que hauran d'elaborar l'estudiantat i com s'haurà de presentar.

L'estudiant que no es presenti a dues o més proves d'avaluació, tindrà una qualificació de no presentat.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat en un conjunt d'activitats que representin com a mínim dues tercers parts de la qualificació total de l'assignatura.

Aquesta assignatura/mòdul no contempla el sistema d'avaluació única.

Per a aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) exclusivament en tasques específiques determinades per cada professor. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts

han estat generades amb aquestes tecnologies, especificar les eines utilitzades i incloure una reflexió crítica sobre com la IA ha influït en el procés i en el resultat final de l'activitat. La manca de transparència en l'ús de la IA en aquesta activitat avaluable es considerarà una falta d'honestat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions més greus en casos de gravetat.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Bibliografia

Alvarez del Blanco, Roberto (2011), Neuromarketing, Ed Prentice Hall, Madrid
Anderson, Chris. (2008). The Long Tail. Revised and Updated Edition. New York: Hyperion

Balbi, Gabriele i Paolo Magganda (2018). A history of digital media. Londres: Routledge.

Buckland, Michael Keeble (2017). Information and Society. Cambridge: MIT Press.

Carey, John i Elton, Martin (2010). When media are new. University Michigan Press, Ann Arbor

Christensen, Clayton M. (2016). The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail, Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.

Lee, Kai Fu (2018) AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

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

Mueller, Milton (2017). Will the Internet fragment? : sovereignty, globalization and cyberspace. Cambridge, Polity Press.
Morozov, Evgeny, (2014). To save everything, click her: the folly of technological solutionism, New York: PublicAffairs

Rogers, Everett M. (2003) Diffusion of Innovations, 5a ed. New York: Free Press.
Schmidt, Eric & Cohen, Jared (2014). El Futuro digital, Madrid: Anaya Multimedia.

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

Wu, Tim (2011). The Master switch: the rise and fall of information empires, New York, N.Y.: Vintage Books.

Programari

No cal dominar cap programari per desenvolupar aquest modul.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través d'aquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	10	Espanyol	anual	matí-mixt