

Plan 458 Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Asignatura 42848 SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Grupo 1

Presentación

Sistemas de Información y Comunicación es una asignatura obligatoria del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, de 6 ECTS, ubicada dentro de la Materia Fundamentos de la Comunicación Publicitaria y se imparte en el primer curso, durante el primer cuatrimestre.

Programa Básico

Objetivos

La asignatura de Sistemas de Información y Comunicación Publicidad facilita el aprendizaje de conocimientos, procedimientos y capacidades básicos para el desarrollo de una actividad profesional y/o académica en el ámbito del sistema publicitario y, en general, del sistema de comunicación institucional y del sistema social. Los objetivos de aprendizaje específicos de la asignatura son los siguientes:

- Comprensión de los sistemas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de sus tecnologías básicas.
- Comprensión del concepto de publicidad en relación con su contexto inmediato (sistema) y último (sociedad).
- Capacidad para el trabajo en equipo.

Programa de Teoría

La asignatura de Sistemas de Información y Comunicación se ocupa del conocimiento de los sistemas y tecnologías básicas de la comunicación en el contexto actual. Se pretende que el alumno comprenda la importancia de conocer la estructura de los medios y de los sistemas de Información y Comunicación en el contexto español y sepa la repercusión de la transformación digital en la realidad actual y futura de la comunicación tanto en España como a nivel internacional

El programa se compone de siete temas que serán explicados de forma sintetizada, subrayando los aspectos fundamentales e ilustrando los conceptos, cuando sea preciso, con casos reales que faciliten al alumno la comprensión de la materia.

TEMA 1. INTRODUCCION.

Conceptos.
Medios de Comunicación.
Características de la comunicación de masas

TEMA 2. TENDENCIAS ESTRUCTURALES.

Globalización.
Convergencia de Medios.
Concentración, integración, diversificación.
Liberalización, desregulación, privatización.
La brecha digital.

TEMA 3. COMUNICACIÓN E INDUSTRIA PUBLICITARIA.

Estructura publicitaria.
El mercado publicitario.
Los grupos multimedia.
Marco legal.

TEMA 4. LA EDICION ESCRITA.

El sector del libro.
La prensa como Industria cultural.
Estructura de la prensa.
Tipos de prensa y revistas.

TEMA 5. EL SECTOR RADIOFONICO Y FONOGRAFICO.

Emisoras de radio y cadenas de radio.
Evolución reciente de la estructura radiofónica.
Estructura de la radio en España.
Cambios tecnológicos.

TEMA 6. LA TELEVISION.

Naturaleza económica de la industria televisiva.
Evolución reciente de la estructura televisiva.
Cambios tecnológicos.

TEMA 7. INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGIAS.

La estructura hipermedia.
Publicidad en Internet.
Tecnologías de Internet.

Programa Práctico

Con el fin de facilitar el aprendizaje de la asignatura, el programa de prácticas está compuesto por ocho actividades que complementan los contenidos del programa teórico de la misma. Estas actividades requieren la participación activa del alumno, tanto dentro como fuera del aula.

- 1) Visionado y coloquio.
- 2) Lectura comprensiva.
- 3) Caso práctico.
- 4) Visionado, coloquio.
- 5) Debate.
- 6) Visionado y coloquio.
- 7) Caso práctico.
- 8) El portafolio del alumno.

Evaluación

Se describen a continuación los procedimientos fundamentales de evaluación que se tendrán en cuenta genéricamente de entre los establecidos como base para todo el grado.

- 1.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión de la información:
 - Pruebas objetivas (diversas modalidades de test).
 - Portafolio del alumno.
 - Lectura comprensiva.
- 2.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la aplicación de técnicas, procedimientos o protocolos de actuación y resolución de problemas...
 - Análisis de casos o supuestos prácticos.
- 3.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la capacidad de investigar, pensar o actuar con creatividad, comunicarse verbalmente.
 - Entrevistas orales sobre el análisis de casos y las soluciones propuestas.
- 4.- Pruebas para evaluar otras competencias profesionales, sociales y personales, de carácter transversal...
 - Solución de problemas reales o simulados.

Bibliografía
