

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42848 SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Grupo 1

### Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria.

### Créditos ECTS

6 Créditos ECTS.

### Competencias que contribuye a desarrollar

#### Generales

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG-5 Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

#### Específicas

CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE-2 Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CE-3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE-4 Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

CE-8 Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.

CE-9 Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.

CE-15 Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE-18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

CE-19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CE-20 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CE-23 Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

CE-25 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

CE-27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

## Objetivos/Resultados de aprendizaje

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.

## Contenidos

SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN. CURSO 2014/2015  
(Guía docente de la asignatura)

### Bloque 1. Introductorio

El mejor sistema de información y comunicación es el propio ser humano:

- Partir de nuestra propia biografía. Ejercicio de recuerdos biográficos para los estudiantes.
- Visionado: primeros minutos de la película UP

- Detección de nuestro propio consumo mediático (dieta mediática).
- Reflexión sobre los consumos de medios y sistemas de información y comunicación.
- ¿Cómo vamos a utilizar las TICs en la clase (pautas básicas consensuadas)
- ¿Cómo se miden esos consumos comunicativos?

Para una aproximación a una definición de Sistemas de Información y comunicación

- ¿Qué nos sugiere? Antes de reflexionar sobre los medios y sistemas de información.
- La definición del equipo docente. Antecedentes y autores inspiradores de esta definición.

Armand y Michèle Mattelart, referentes para una definición. Doctores Honoris causa por la UVA.

[http://www.youtube.com/watch?v=4kmijw\\_0V2k](http://www.youtube.com/watch?v=4kmijw_0V2k) Armand Mattelart a partir del 11 S

<https://www.youtube.com/watch?v=Brqi-xUcfZc> A. Mattelart Segunda parte

- Debate.

El concepto de competencia mediática:

- La competencia mediática
- El concepto de inteligencias múltiples y su vinculación con los medios y sistemas de información y comunicación y TICs

Introducción al concepto de industrias culturales:

- Evolución del concepto
- Aplicación al actual contexto digital

### Bloque 2. Sistemas de información y comunicación tradicionales

#### 1. La imprenta. Un ejemplo paradigmático

- ¿Medio o sistema de información?
- Revolución o transformación
- Explicación de la evolución tecnológica
- Explicación de la transformación desde el punto de vista de las ideas.
- Defensores y detractores
- Paralelismos y diferencias con el mundo de Internet

Teatro

- 
- Del teatro griego al barroco.
  - La puesta en escena teatral
  - La narrativa teatral
  - La evolución del arte dramático
  - La ruptura con la cuarta pared
  - Las aportaciones del teatro al cine.

Ejemplos: la adaptación del teatro a la imagen en movimiento. Ejemplos de teatro televisado.

La fotografía:

- Breve historia de la fotografía
- Del retrato a la fotografía como documento social
- De la cámara oscura a la imagen analógica

Cine

- Breve recorrido histórico por la historia del cine
- Géneros cinematográficos
- Corrientes/estéticas
- Cine español
- El cine como industria

Presentaciones y visionados de producciones audiovisuales significativas películas y programas de televisión.

Bloque 3. Prensa, Radio y televisión

Prensa:

- Introducción histórica
- Introducción a los lenguaje periodístico
- Introducción a la tecnología del medio
- La radio como industria cultural

Radio:

- Introducción histórica
- Introducción al lenguaje sonoro
- Introducción a la tecnología del medio radio
- La radio como industria cultural

Televisión

- Introducción histórica
- Introducción al lenguaje televisivo
- Introducción a la tecnología del medio
- La televisión como industria cultural

BLOQUE 4. Nuevos sistemas de Información y comunicación y medios digitales emergentes

- Evolución histórica. (De Arpanet a las actuales redes)
- Internet
- Las pantallas inteligentes (Dispositivos móviles, tablet, smartphones)
- Videojuegos
- Animación 3D

- Introducción al lenguaje de sistemas y redes de información y comunicación
- Convergencia de Medios.
- La brecha digital.
- Grupos multimedia (Concentración, integración, diversificación)
- La transformación de las audiencias y de las formas de emisión y recepción (interacción e interactividad)

Este 4º bloque formará parte de la reflexión constante en la asignatura, desde el principio de curso hasta su finalización. La composición de los bloques se presenta a título informativo pero cada curso los profesores actualizan los materiales y perfeccionan la metodología didáctica buscando la activa participación de los estudiantes.

Con este objetivo planteamos un listado de actividades programadas dentro y fuera de la Universidad en las que los estudiantes podrán inscribirse. A continuación se reseñan con el fin de que todo el alumnado esté atento a las diferentes convocatorias y las pueda compatibilizar con su actividad académica regular.

#### Fuentes documentales principales:

Bustamante, Enrique –editor- (2008). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona, Gedisa. (El alumno deberá leer y hacer un trabajo sobre uno de los capítulos de este libro)

Mattelart, A. y Senecal, M. (2014). Por una mirada-mundo. Conversación con Michel Sénécal. Barcelona Gedisa.

Briggs, A. y Burke, Peter. (2002). De Gutenberg a Internet. Una Historia social de los medios de comunicación. Madrid, Taurus.

Crowley, D. y Heyer, P. (1997). La Comunicación en la Historia. Barcelona, Bosch.

Johnson, Steven (2013). Futuro Perfecto. Sobre el progreso en la era de las redes. Madrid, Turner.

Lecturas Obligatorias de ficción: Un Mundo Feliz, de Aldous Huxley  
Fahrenheit 451 de Ray Bradbury

Visionados en clase de fragmentos de producciones audiovisuales significativas: Vídeo y cine.

### Principios Metodológicos/Métodos Docentes

De acuerdo con la memoria de verificación de la titulación, las actividades programadas en la asignatura de Sistemas de Información y Comunicación se desarrollarán mediante las metodologías básicas de enseñanza y aprendizaje siguientes:

- Clases teóricas.
- Clases prácticas basadas en debates a partir de lecturas, visionados, teoría y análisis de casos prácticos, propuestos por los profesores y también por los propios estudiantes.
- Lecturas de libros y obras fuentes para profundizar el conocimiento del proceso creativo como apoyo docente.
- Presentaciones concretas del alumnado en las clases.
- Diversas dinámicas grupales en el entorno del aula.
- Trabajos de grupo.
- Estudios y trabajos individuales, que potencien la autonomía personal.

### Criterios y sistemas de evaluación

#### EVUALUACIÓN

Criterios de evaluación:

Los alumnos para superar la asignatura deberán:

- Conocer los conceptos centrales del temario explicado
- Saber vincular los conocimientos adquiridos a casos prácticos reales.
- Poder definir preguntas de investigación sobre medios tradicionales de comunicación y modernos sistemas de información y comunicación
  - Ser capaces de analizar textos teóricos y prácticos de una forma crítica y reflexiva.
  - Trabajar con autonomía y demostrar que saben expresarse correctamente y manejando el registro adecuado de forma tanto oral como escrita.

Aunque no es obligatoria la asistencia a clase, -no se pasa lista en las clases dedicadas a la explicación teórica-, se tendrá en cuenta la actitud y la participación activa de los estudiantes.

En las clases prácticas, la asistencia será condición obligatoria para que éstas sean tenidas en cuenta para su evaluación.

Tanto en el examen como en las prácticas la corrección gramatical y ortográfica será criterio de evaluación.

Modo de evaluación:

Se considera que en esta asignatura teoría y práctica van unidas y se concede al trabajo práctico mucha importancia. Puesto que estamos en un centro donde la enseñanza es presencial y no a distancia, los profesores consideran imprescindible y justo valorar el trabajo constante de los alumnos que trabajan a lo largo del curso y asisten a clase. La evaluación de esta asignatura se basa, por tanto, en una parte teórica y otra práctica (que da cuenta de la asistencia, y el trabajo de los estudiantes en clase y en casa). La no realización de esta última no niega el derecho a hacer y aprobar la asignatura.

#### Evaluación:

Se propone un sistema de evaluación continua para todos aquellos alumnos que asisten a clase con regularidad. Esta evaluación se calificará en tres bloques distintos pero obligatorios:

1. Ejercicios teórico prácticos relacionados con actividades de clase y actividades complementarias: 40% del total de la nota final.
2. Prueba escrita de carácter teórico que abarcará los contenidos desarrollados en el cuatrimestre: 40% del total de la nota final.
3. Bitácora personal con aportaciones personales, por iniciativa propia del alumno: 20% del total de la nota final.

Aquellos estudiantes que no se acojan a la modalidad de evaluación continua realizarán el examen final sobre el programa teórico total del contenido de la asignatura en la fecha oficialmente señalada.

### Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Presentaciones multimedia con imágenes, gráficos, texto y ejemplos explicativos. Visionados relacionados y coloquios. Estudio de casos, lecturas comprensivas y debates. Pizarra y fotocopias con apuntes en papel y formato electrónico subidos a la web de la asignatura.

Los apuntes de clase se complementan con la lectura de capítulos de libros, así como de otra documentación (fundamentalmente, artículos de revistas académicas) señalados para cada tema.

Los alumnos han de manejar las obras incluidas en el apartado Bibliografía de la asignatura. En ellas encontrarán el apoyo necesario para asentar los conocimientos de la asignatura.

Durante el curso se realizan tutorías individuales y grupales.

### Calendario y horario

Primer cuatrimestre del curso.

El horario actualizado puede consultarse en <http://www.sjc.uva.es/publirelpub.htm>

Las tutorías del Grupo 3 son:

Primer cuatrimestre: Lunes (19.00-21.00) Martes (17.00-19.00) y Viernes (16.30-28.30)

Segundo cuatrimestre: Miércoles (17.00-19.30) y Jueves (18.00-19.30)

### Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teóricas

30

Estudio y trabajo autónomo individual

70

Clases prácticas

20

Estudio y trabajo autónomo grupal

20

Laboratorios

Prácticas externas, clínicas o de campo

Seminarios

Otras actividades

10

---

Total presencial

60

Total no presencial

90

---

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Dr. Agustín García Matilla, grupo 1, e-mail: agustingmatilla@gmail.com

Prof. Alejandro Buitrago, grupo 1, e-mail: alexbuitrago.alonso@gmail.com

Prof. Susana Ainziburu, grupo 2, e-mail: susana.ainziburu@gmail.com

Prof. Daniel Muñoz Sastre, grupo 3, e-mail: daniel.munoz.uva@gmail.com

---

Idioma en que se imparte

Español.