



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	La acción educativa para la comunicación con fines sociales		
Materia	La acción educativa para la comunicación con fines sociales		
Módulo	1º		
Titulación	Máster en Comunicación con Fines Sociales		
Plan	515	Código	53242
Periodo de impartición	2º cuatrimestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Tercer Ciclo	Curso	
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Agustín García Matilla		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	agustingmatilla@gmail.com		





1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Esta materia forma parte del MÓDULO 1: COMUNICACIÓN CON FINES SOCIALES PARA EL NUEVO MODELO DE SOCIEDAD

La Acción Educativa en la Comunicación con fines sociales es el título de un módulo que pretende servir de marco para explicar cómo la educomunicación es un campo de especialización en donde educación y comunicación se fusionan. La educación en medios y la educación con medios forman un territorio común en el que se unen las mejores aportaciones de muchos teóricos de la educación y de la comunicación.

En el mundo anglosajón la denominada *Media Literacy* sirvió para promover el espíritu crítico de la ciudadanía ante los medios. Posteriormente conceptos como la educación en materia de comunicación, la educación para los medios, o la educación digital, vinieron a completar un territorio que ha venido a denominarse en Europa *educación en competencia mediática* y que parte de la necesidad de autoconocimiento del individuo como sujeto de comunicación y del conocimiento de la propia dieta mediática como diagnóstico de consumos en tecnologías tradicionales y emergentes. Educar en el análisis, diseño y producción de medios ayuda a un mejor conocimiento de la sociedad y completa la formación de ciudadanos competentes comunicativamente hablando, creativos y críticos.

1.2 Relación con otras materias

Esta materia es transversal a todas aquellas vinculadas con la creatividad dentro del Máster

1.3 Prerrequisitos

Inquietud por conocer la realidad y motivación para el análisis, diseño y producción con medios y sistemas de información y comunicación.

2. Competencias

2.1 Generales

Tal y como se recoge en el plan aprobado y verificado del Grado de Publicidad en la asignatura de **Comunicación, Educación y Sociedad en el contexto digital** se desarrollarán las siguientes competencias:

Competencias Generales:

- CG-1. Capacidad de análisis y síntesis.
- CG-2. Capacidad de organizar y planificar.
- CG-8. Habilidades de gestión de la información (habilidad de buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas).
- CG-9. Resolución de problemas.
- CG-10. Toma de decisiones.

Competencias interpersonales:



- CG-11. Capacidad crítica y autocrítica
- CG-12. Trabajo en equipo
- CG-13. Habilidades interpersonales
- CG-14. Capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar
- CG-15. Capacidad de comunicarse con expertos de otras áreas
- CG-16. Apreciación de la diversidad y multiculturalidad
- CG-17. Habilidad de trabajar en un contexto internacional
- CG-18. Compromiso ético

Competencias sistémicas:

- CG-19. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- CG-20. Habilidades de investigación
- CG-21. Capacidad de aprender
- CG-22. Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones
- CG-23. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
- CG-24. Liderazgo
- CG-25. Conocimiento de culturas y costumbres de otros países
- CG-26. Habilidad para trabajar de forma autónoma
- CG-27. Diseño y gestión de proyectos
- CG-28. Iniciativa y espíritu emprendedor
- CG-29. Preocupación por la calidad
- CG-30. Motivación de logro

2.2 Específicas

Competencias académicas-disciplinares:

- **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-3. Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.** El alumno deberá demostrar que está familiarizado con el origen y la historia de su disciplina principal.
- **CE-4. Conocimiento del entorno.** Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la



sociedad.

- **CE-5. Capacidad para la creatividad y la innovación:** capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

Competencias profesionales:

- **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-10. Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia:** es decir, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
- **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.

Otras competencias específicas:

- **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-21. Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad** que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.
- **CE-22. Preparación para asumir el riesgo,** desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.
- **CE-23. Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico.** Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.
- **CE-24. Saber gestionar el tiempo,** con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.
- **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.**

3. Objetivos

Los objetivos generales y específicos que se desarrollarán en relación a las competencias enunciadas son los siguientes:

- Que los estudiantes dominen el campo de especialización que implica el estudio de la disciplina “Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital”, en su doble aplicación: comunicación no mediada y mediada.
- Que los estudiantes entiendan e interioricen las posibilidades de aplicación, a nivel profesional, de los conocimientos de la asignatura al mundo real.
- Que los estudiantes puedan comprender el significado y el sentido de la educación en materia de comunicación, la “educomunicación”; y se formen en el concepto de competencia mediática.
- Que los estudiantes puedan entender e interpretar los últimos desarrollos teóricos y prácticos en el área comprendida en la asignatura.
- Dotar a los estudiantes de instrumentos para que sean capaces de sistematizar, ordenar datos y argumentar en la exposición de ideas; que sean capaces de encontrar soluciones a los principales retos que se plantean en el momento actual de la educomunicación y comprendan métodos de investigación en este campo.
- Fomentar la creatividad para resolver los retos que la asignatura plantea y saber realizar aplicaciones al mundo de la enseñanza de la comunicación en general y de la publicidad en particular.
- Fomentar el desarrollo de la capacidad crítica y reflexiva del alumnado para abordar los problemas relacionados con los procesos comunicativos contemporáneos en el contexto de la educación.
- Favorecer el análisis crítico de los contextos, discursos y prácticas comunicativas contemporáneas.
- Reconocer el lugar que ocupan los procesos de mediación en la construcción del espacio público.



4. Contenidos

BLOQUE 1. Educar en comunicación.

Teoría de las inteligencias múltiples y su aplicación en el diagnóstico de hitos educativos.
La educación como industria del deseo. Relaciones entre educación y publicidad.
Consumo de medios y sistemas de información y comunicación.

BLOQUE 2. Viejos y nuevos enfoques de la educomunicación.

Las principales teorías de la educomunicación. De los pioneros de la educación: Celestin Freinet, Paulo Freire y Mario Kaplún, a los pioneros de la comunicación en el contexto digital: Howard Rheingold, Marc Prensky y Henry Jenkins.
Modelos de comunicación y educación aplicados a la comunicación con fines sociales.

BLOQUE 3. Práctica creativa.

La concepción de la idea.
El proyecto creativo
Diseño y producción de una obra
Diseño de las fórmulas de explotación didáctica de la obra creativa

5. Métodos docentes y principios metodológicos

El calendario y horario será el fijado, para cada curso escolar, por las autoridades académicas. Cada guía escolar informará sobre dicho horario, así como sobre el calendario académico y fechas de exámenes de la asignatura. La utilización de los métodos docentes guarda lógica relación con los distintos contenidos que forman parte de la asignatura. Las prácticas podrán consistir en el análisis de textos normativos, resoluciones judiciales, lecturas doctrinales o el planteamiento de casos reales o ficticios. La guía docente puede establecer metodologías adicionales o específicas. Los profesores responsables de los grupos podrán servirse, en la medida en que lo estimen oportuno, de la plataforma virtual de Moodle, así como recomendar el uso de manuales o de otros recursos útiles para el aprendizaje de la asignatura. La guía docente recogerá expresamente el horario de tutorías del profesor o profesores responsables del grupo, así como sus datos de contacto. Además, podrá recoger medidas adicionales de apoyo tutorial.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	10	Estudio y trabajo autónomo individual	10
Clases prácticas	10	Estudio y trabajo autónomo grupal	15
Laboratorios			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios			
Otras actividades	5		
Total presencial	25	Total no presencial	25

Las actividades que aquí figuran como presenciales se han realizado online.

7. Sistema y características de la evaluación**MODELO DE EVALUACIÓN ON LINE EN EL PERÍODO DE PANDEMIA POR EL COVID 19**

Modelo de Evaluación continua en base a las sesiones on line compartidas por profesor y estudiantes del módulo La Acción Educativa en la Comunicación con Fines Sociales:

El modelo de evaluación continua se ha adaptado a los condicionamientos encontrados tras el período de confinamiento debido al Covid 19. Se ha adecuado un modelo adaptado de evaluación continua en un módulo que ha coincidido con ese período de confinamiento por la pandemia que ha afectado a otros módulos del Máster, impartidos total o parcialmente entre los meses de marzo y abril de 2020. Los tres elementos de evaluación han sido, respectivamente: encargo de ejercicios que han servido de base al diálogo participativo establecido entre estudiantes, profesor coordinador y profesionales invitados en diferentes sesiones; exposición del profesor coordinador con ayuda de presentaciones; lecturas y visionados realizados por los estudiantes en los períodos intermedios de las sesiones virtuales on line y una práctica final vinculado con el diseño teórico de una producción transmedia.

Dado que el profesor ha adaptado la docencia con sesiones compartidas con sus estudiantes en sesiones a través de plataformas como Skype y zoom, tuvo la previsión de enviar tareas con una semana de antelación a su alumnado para conocer los perfiles de sus estudiantes y preparar estrategias dialógicas que contaran con ese conocimiento previo. Los primeros ejercicios sirvieron para establecer puentes con los estudiantes para orientar unas primeras sesiones fundamentadas en el intercambio. En las sesiones siguientes los ejercicios encomendados sirvieron para mantener una estructura mixta entre el diálogo y el desarrollo de contenidos. A las sesiones online se han incorporado profesionales invitados que han enriquecido el diálogo y que han permitido que el profesor tenga elementos suficientes junto a la corrección de los trabajos entregados y la práctica final para evaluar por el método de evaluación continua a 7 de los 9 estudiantes matriculados.

Los dos estudiantes que por su enfermedad no han podido seguir el método de evaluación continua entregarán un trabajo encargado por el profesor sobre los contenidos del curso.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Exámenes	El fijado en la guía docente	Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua
Elaboración de actividades prácticas	El fijado en la guía docente	Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua



CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Convocatoria ordinaria:<ul style="list-style-type: none">○ Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente• Convocatoria extraordinaria:<ul style="list-style-type: none">○ Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente |
|--|

8. Consideraciones finales

- Dominar el campo de especialización que implica el estudio de la disciplina “ La acción educativa en la comunicación con fines sociales”, en su doble aplicación: comunicación no mediada y mediada.
- Ser competente a nivel profesional en la aplicación de los conocimientos de la asignatura al mundo real.



- Comprender el significado y el sentido de la educación en materia de comunicación, educomunicación y formación en el concepto de competencia comunicativa.
- Ser capaz de entender e interpretar los últimos desarrollos teóricos y prácticos en esta asignatura, y poder aplicar una metodología básica de investigación.
- Ser capaz de sistematizar, ordenar datos y argumentar en la exposición de ideas.
- Saber argumentar en la búsqueda de soluciones a los principales retos que se plantean en el momento actual de la educomunicación.
- Demostrar originalidad y creatividad en el manejo de los problemas que la asignatura plantea y saber realizar aplicaciones al mundo de la enseñanza mediática en general y de la comunicación con fines sociales en particular.

