



**Proyecto docente de la asignatura**

<b>Asignatura</b>	Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital		
<b>Materia</b>	Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades		
<b>Módulo</b>	Formación básica		
<b>Titulación</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
<b>Plan</b>	458	<b>Código</b>	42844
<b>Periodo de impartición</b>	2º cuatrimestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Básica
<b>Nivel/Ciclo</b>	Grado	<b>Curso</b>	1º
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Castellano		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	HMCA		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:dpto.hmc@uva.es">dpto.hmc@uva.es</a> , 983423160		





## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

La asignatura “Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital” es una asignatura de Formación Básica que se imparte en el segundo cuatrimestre del primer curso de la titulación. Dicha asignatura tiene como objetivo familiarizar al alumno con diversas formas de expresión y comunicación desde un punto de vista educocomunicativo, es decir, resaltando la importancia de los procesos de aprendizaje de los propios alumnos y trabajando en el análisis crítico de los diferentes medios de comunicación y su papel en la sociedad actual.

Esta asignatura, además, permitirá al alumno/a contextualizar, en relación con otras materias y de manera global, el carácter interdisciplinar de los estudios que emprende.

Asimismo, al estar ubicada al principio del grado, pretende, en primer lugar, facilitar a los y las estudiantes una serie de herramientas conceptuales básicas para abordar la comprensión y asimilación de los procesos de comunicación contemporáneos, sobre los que se irá profundizando en los cursos posteriores; en segundo lugar, dotarles de instrumentos (lenguajes, discursos, teorías) críticos ante las formas de expresión actuales.

Esta asignatura, por tanto, proporcionará un conocimiento teórico-práctico básico y un marco global para comprender los procesos comunicativos, en sus múltiples facetas, y su funcionamiento en nuestra sociedad en el contexto multimedia y digital globalizado.

La asignatura se caracteriza por su carácter innovador al vincularse con actividades programadas en relación con el pulso vital del Campus y de la propia ciudad de Segovia. Cada año las prácticas complementarias se adaptan a los nuevos eventos programados logrando una permanente actualización de contenidos.

### 1.2 Relación con otras materias

“Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital” se encuentra directamente relacionada con la asignatura del primer cuatrimestre “Sistemas de Información y Comunicación” con la que comparte metodologías innovadoras y actividades que dan coherencia y continuidad temática. Asimismo, parte de los conocimientos adquiridos en ella encuentran su continuación en “Teoría Crítica de la Cultura”, obligatoria de 4º curso, que contribuye a retomar y reforzar varios de los contenidos tratados en primero. Otras asignaturas que guardan, en mayor o menor medida, una relación significativa con “Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital” serían: “Teoría de la Imagen”, “Narrativa Publicitaria” y “Teoría de la Comunicación y de la Información”.

### 1.3 Prerrequisitos

No existe ningún requisito previo al ser una de las primeras asignaturas cursadas en el Grado, pero sería útil que los alumnos y alumnas hayan participado de forma activa y



asimilando contenidos durante la asignatura del primer cuatrimestre (también de primero de Grado): “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 “educación mediática”; 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

##### **TEMA 1. La educomunicación en el contexto digital (I)**

- Iniciación al concepto de educación mediática, educomunicación.
- Competencia mediática (media literacy)
- Comunicación, educación y sociedad: cultura y ciudadanía.
- La educación como conflicto
- El eje del modelo comunicativo

##### **TEMA 2. La educomunicación en el contexto digital (II)**

- Modelos de educación-comunicación
- Análisis de consumos mediáticos en el contexto digital
- La educación mediática y los profesionales de la comunicación
- La educación mediática en la universidad española.

##### **TEMA 3. Leer los medios (I). Un recorrido por las diferentes claves y códigos del lenguaje audiovisual.**

- La gramática de las imágenes en movimiento
- Análisis de la imagen y los discursos.
- Lenguaje de la imagen.

##### **TEMA 4. Leer los medios (II) Análisis de la imagen.**

- La percepción de la imagen.
- Principios generales de la Teoría de la Gestalt.



- Elementos espaciales en la imagen en movimiento.
- Elementos temporales en la imagen en movimiento.

**TEMA 5. Leer los medios (III). La reflexión tras la imagen.**

- El montaje en la imagen en movimiento.
- Análisis de carteles publicitarios en campañas de servicio público.
- De la descripción a la búsqueda de significado y sentido en la imagen en movimiento.

**TEMA 6. Nuevas formas de comunicación y creación en el contexto digital.**

- Los emirecs en la construcción de comunicación, información y cultura.
- Los contenidos generados por ciudadanos.
- El “periodismo ciudadano”, las “multitudes inteligentes” y otros conceptos.
- Nuevas formas de comunicación y creación en el contexto digital.
- Redes sociales, blogs.

## 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	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		
<b>Total presencial</b>	<b>60</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>90</b>

## 7. Sistema y características de la evaluación

En la guía docente se concretará el modelo de evaluación que se anudará a los exámenes, que podrán ser escritos, orales o mixtos, sobre contenidos teóricos y/o prácticos. También podrán establecerse en el mismo, de forma opcional, la realización de pruebas académicas suplementarias y un eventual sistema de evaluación continua. De optarse por este sistema de evaluación deberá determinarse con precisión los requisitos y beneficios que se anudan al mismo. El profesor de cada grupo podrá establecer, finalmente, un régimen sancionador propio relacionado con la realización fraudulenta de exámenes y plagios en las prácticas.

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

- **Convocatoria ordinaria:**
  - Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente
- **Convocatoria extraordinaria:**
  - 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 Comunicación, Educación y Sociedad en el entorno digital, 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 de la comunicación en general y de la publicidad en particular.

