

Nuevas tecnologías y
sociedad de la
información/ New
technologies and the
information society

**Grado en Publicidad
y RR.PP.**

Curso 2020-2021



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Nuevas tecnologías y Sociedad de la Información

Titulación: Grado en Publicidad y RR.PP.

Curso Académico: 2019-2020

Carácter: Básica

Idioma: Castellano/ Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Pilar Bernat Sánchez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

a. Competencias¹

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad especialmente en los procesos comunicativos.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.

b. Resultados de aprendizaje

Ser capaz de realizar trabajos de profundización y síntesis a partir de búsqueda en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales. Demostración de conocimientos, habilidades y competencias a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

¹ La Facultad Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija aprobó en Junta de Facultad de fecha 4 de julio de 2013 unificar los criterios de evaluación y la redacción -que no naturaleza y objetivos- de las competencias en aquellas asignaturas compartidas entre distintos programas. Con ello, la Facultad de Comunicación y Artes pretende mejorar la coordinación horizontal en los programas de grado y homogeneizar las características de las materias y requisitos solicitados al alumno

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Materia que proporciona a los estudiantes: conocimientos sobre el uso y comprensión del medio tecnológico necesario para desenvolverse, hoy, profesional y socialmente; capacidad para integrarse en el nuevo contexto global y posibilidad de acceder tanto la información como a las habilidades necesarias para sentar la base de un proyecto personal inmerso en una Sociedad, la digital, que va a determinar el devenir del siglo XXI.

Además de adquirir los conocimientos y saber aplicarlos, el alumno aprenderá el uso del lenguaje y la terminología propios de las TIC; asumirá los fundamentos de las nuevas tecnologías y dispondrá de una perspectiva de futuro que le ayude a la hora de orientar su vida laboral.

2.3 Contenido detallado

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Introducción a la asignatura y explicación trabajos a realizar a lo largo del semestre
2. Sociedad de la Información. Dónde estamos. Las cinco generaciones, hábitos, costumbres y comportamientos. Cifras relevantes.
3. Conceptos básicos de tecnologías de la información y la comunicación. Formatos y soportes.
4. La medievalización digital. Superar la brecha
5. El milagro del cloud (computación, almacenamiento, virtualización y gestión). Para qué nos sirve en términos corporativos y de protocolo. BD on line
6. La comunicación en red. Pros y contras.

TECNOLOGÍA. COMPRENSIÓN Y USO

7. Las grandes redes. Agregación de bandas, la llegada de la 5G y la revolución que trae consigo
8. Estructura, elementos y localización del interlocutor. NFC, Beacons, sistemas biométricos, etc.
9. La penetración en España. Situación internacional.
10. Vida digital. El nuevo lector. Las redes sociales. Usos, modas y polémicas.
11. Relación comunicación entre los equipos en la era Digital.
12. La era de la post-verdad. El triunfo de las fake
13. Gestión de crisis. Herramientas. El uso de las RRSS.
14. La nueva TV y la expansión de otros medios audiovisuales
15. Formatos digitales. Conjugación pasado y futuro. Razones para la convivencia.
16. Terminales multiformato, del PC a los wearables, IoT signaling modular, asistentes virtuales.
17. Herramientas de usuario digital (FAL), modelos de publicidad digital y el Backoffice

Del BIG DATA a la Inteligencia artificial

18. Una sociedad sensorizada y sin límites.
19. Magnitudes, ejemplos y aplicaciones.
20. Casas inteligentes, ciudades inteligentes, cosas que emiten datos.
21. Recolección de datos. Publicidad y RGPD
22. Servicios personalizados, segmentados y autorizados.
23. Las máquinas aprenden. Machine learning y Deep learning
24. Inteligencia artificial, robots y androides.

ENTORNO EMPRESARIAL Y LEGAL

25. Software para todo. Aplicaciones corporativas y de marketing.
26. Herramientas de control de impacto.
27. Organismos y leyes nacionales y europeos.
28. La llegada de la inteligencia artificial a la profesión. Asistentes y chat bots
29. Democratización de los sistemas, universalidad, Neutralidad y Gobernanza
30. El reparto internacional. Estado de la cuestión. Conflictos y acuerdos.

PRESENTE Y FUTURO

31. Realidad Aumentada, Realidad virtual y Mixta. Llegan la comunicación holográfica
32. La ética digital, la relación hombre máquina, destrucción laboral y nuevas oportunidades.
33. Emprender. Fintech
34. El quid de la cuestión: La seguridad predictiva

35. De la tecnología a la ciencia. Computación cuántica

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Las **actividades académicas dirigidas**, que supondrán un 20% de la evaluación final, consistirán en:

- **Actividad Dirigida (AD1):** Trabajo en grupo interdisciplinar. Concebir y desarrollar la idea de una *start up*, lógicamente con base tecnológica. Análisis de competencia, DAFO, posibilidad real de llevarla al mercado, plan de marketing y comunicación básico. (Para entregar y exponer a finales de curso). INICIO SESIÓN Nº 1. OBLIGATORIO EL USO DE TEAMS de Microsoft (incluido en el pack de office 365 de los alumnos). Coworking.
- **Actividad Dirigida (AD2):** Trabajo por parejas. Formatos de publicidad digital. Del banner al 'signaling' de gran formato. Ejemplos. Para entregar el 28 de febrero.
- **Actividad Dirigida (AD3):** Trabajo por parejas. Publicidad en redes sociales. Análisis de un ejemplo. (Explicación y dudas). Para entregar el 30 de marzo.
- **Actividad Dirigida (AD4):** Elegir entre Citizen4, Brexit uncivil war, o Steve Jobs y realizar un trabajo de análisis y opinión sobre la película o documental. Para entregar el 30 de abril.

TODOS LOS TRABAJOS SERÁN MATERIA DE EXAMEN

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	25%
SE3	Actividades académicas dirigidas	15%
SE4	Prueba final presencial	50%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE9	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	45%
SE4	Prueba final presencial	40%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE3	Actividades académicas dirigidas	20%
SE4	Prueba final presencial	70%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	40%
SE4	Prueba final presencial	60%

3.3 Restricciones

Calificación mínima.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia.

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura.

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Del Rivero, M. (2017). *Smart Cities: Una visión para el ciudadano*. Madrid: Editorial LID
- Fundación Telefónica España. (2015). *Sociedad digital en España 2017 (Digital)*. Madrid.
- Fundación Telefónica España. (2015). *Profesiones digitales (Big Data)(Digital)*. Madrid.
- Huidobro, J. M. (2011). *Radiocomunicaciones. Viajando a Través de las Ondas Ciencia Divulgativa*. Creaciones Copyright, 2/2011
- Huidobro, J. M. *Telecomunicaciones. Tecnologías, Redes y Servicios*. Editorial RA-MA
- Isaacson, W. (2014). *Los Innovadores*. Barcelona. Editorial Debate.
- Vergara, M y Huidobro, J.M, *Las tecnologías que cambiaron la historia*. Barcelona: Editorial Ariel (Versión digital gratuita en la sección de publicaciones de la Fundación Telefónica)

Bibliografía recomendada

- Domingo, C. (2013) *El viaje de la innovación*. Barcelona: Gestión 2000, Grupo Planeta
- Del Rivero, M (2017) *Smart Cities: una visión para el ciudadano*. Madrid. Editorial LID.
- García, M. (2017) *El fin del mundo tal y como lo conocemos*. Madrid: Planeta
- Harari, Yuval Noah (2016) *Homo Deus Breve historia del mañana*. Barcelona. Debate
- Isaacson, W. (2011) *Steve Jobs*. Barcelona: Editorial Debate
- Isaacson, W. (2014) *Los Innovadores*. Barcelona: Editorial Debate
- Morozov, E. (2012) *El desengaño de Internet*. Barcelona: Ediciones Destino
- Pisani, F. (2016) *Creadores de futuro. De la innovación en el mundo*. Barcelona: Ariel
- Preukschat, A. (coord.) (2017) *Blockchain. La revolución industrial de internet*. Madrid: Gestión 2000, Grupo Planeta
- Schimdt y Rosemberg. (2015) *Cómo trabaja Google*. Madrid: Editorial Aguilar
- Senor D.(2014) *Start up Nation*. Madrid: Autor Editor

- Suárez, A. (2012) *Desnudando a Google*. País Vasco: Deusto
- Tagg, J. (2015) *Ya sueñan los androides*. NJ: Hurs Farm Books, Chatham
- VV.AA. (2016). *La revolución digital*. Madrid: IEE Instituto de Estudios Económicos

Otros recursos

- **Colección lo + visto de Telefónica**

Lo + visto es una colección de monográficos de Fundación Telefónica que pretende acercar a la sociedad las ventajas de habitar un mundo digital y el papel de la cultura digital como factor enriquecedor de transformación que hace aflorar el talento innovador y creativo de las personas. Para ello, cada volumen de la serie analiza tendencias y fenómenos de la actualidad relacionados con la tecnología y las redes de comunicación, con el fin de identificar los cambios que pueden traer a nuestras vidas determinados temas, que aparentemente son modas efímeras, pero que son la punta de lanza de transformaciones sociales y económicas más profundas.

Entre otros títulos: Inteligencia artificial, drones, Blockchain, Realidad Aumentada, etc.

- <http://www.zonamovilidad.es> (Actualidad tecnológica nacional e internacional)
- Autoconectado.es
- Blogthinkbig.com
- <http://www.techcrunch.com> (Actualidad internacional)
- <http://www.mobileworldlive.com> (Boletín diario de la GSMA)
- <http://www.gsmarena.com> (Actualidad sobre terminales)
- <http://iabspain.es/investigacion/busca-tu-estudio/> (Estudios sobre publicidad)
- www.aeacp.es/ (Asociación Española de Agencias de Comunicación y Publicidad)
- www.aedemo.es/ (Asociación Española de Estudios de Marketing)
- www.infoadex.es/ (información de audiencias y anunciantes)

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	María del Pilar Bernat
Departamento	FCC - Publicidad
Titulación académica	Grado en Publicidad y RR.PP.
Correo electrónico	mbernat@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Periodista, historiadora del arte y profesora universitaria. Especializada en Tecnologías de la Información y la Comunicación y más concretamente en Telecomunicaciones. Consejera y directora de contenidos de la empresa editora de Telefonía y Comunicaciones, revista decana del sector con casi 22 años de antigüedad. Así mismo, edita desde hace 12 años Zonamovilidad.es y dirige ZonaMediaManager, una joven compañía especializada en la gestión y control de Redes Sociales corporativas y personales.</p> <p>Actualmente centra su experiencia investigadora en el ámbito de la inteligencia artificial y la automatización de trabajos sistematizados en las redacciones.</p> <p>Ha sido reconocida con el Premio Fundación Vodafone de Periodismo 2013 y como una de las 100 (77) influencers del mundo en el ámbito de la tecnología.</p> <p>Es invitada habitual en programas de televisión, radio, seminarios, cursos y conferencias tanto en el ámbito nacional como internacional.</p> <p>Ha trabajado en Televisión Española, donde fue Directora de Relaciones Internacionales de la Dirección de Deportes, en la Radio Televisión Olímpica (COI) y en Prensa Española, entre otros.</p> <p>Así mismo, ha sido asesora y colaboradora en el ámbito de la comunicación para gobiernos extranjeros, grandes multinacionales e instituciones.</p> <p>Profesora del MOOC Nebrija 'Green Car, connected car'.</p>
---	--