

CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL



**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

GUÍA DOCENTE

SOCIEDAD DIGITAL

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Diseño Digital
Facultad:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-TAD)
Materia:	Entorno empresarial
Denominación de la asignatura:	Sociedad digital
Curso:	Tercero
Semestre:	Segundo
Carácter:	Obligatoria
Créditos ECTS:	3
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a:	Susana Rodríguez
E-mail:	Susana.rodriguez@u-tad.com
Teléfono:	916402811

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA.

Descripción de la materia

La materia Entorno Empresarial proporciona al estudiante conocimientos transdisciplinarios orientados a la inmersión del alumno en la realidad de su profesión, que requiere de habilidades más allá de lo específico al arte y al diseño. La materia se concreta en cuatro asignaturas que componen un panorama completo del entorno empresarial en el que se desarrolla el diseño digital. Este conjunto de conocimientos han de permitir al alumno desenvolverse en el entorno empresarial actual, entendiendo las posibilidades laborales y las posibilidades de iniciativa individual, en un entorno polifacético y en cambio constante.

Descripción de la asignatura

La asignatura pretende orientar en conceptos básicos de la sociedad digital en la que estamos inmersos hoy en día. Proporcionará nuevos enfoques sociales a nuevas realidades que permitan al alumno adquirir competencias transversales en la realidad de su profesión. Proporcionará actitudes críticas ante los nuevos retos sociales del siglo XXI e inspirará nuevas inquietudes en los alumnos. La asignatura dota a los alumnos de unos conocimientos básicos en cómo la tecnología en general, y la digital en particular, ha revolucionado nuestro entorno en las últimas décadas, consiguiendo la creación de una red global de comunicación que ha permitido una conexión sin precedentes en la historia de la humanidad. Sin embargo, se pretende mostrar el camino hacia un espíritu crítico, como ejercicio básico de expansión vital y emocional.

Es necesario indagar, buscar, comparar, leer, ver, reflexionar... criticar todo y a todos, empezando por nosotros mismos, con el fin de convertirnos en mejores profesionales y ciudadanos.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

3.1 Competencias (genéricas, específicas y transversales)

G5 Analizar de forma general un contexto, y en base a los datos recogidos, tomar decisiones sobre el proyecto digital asociado, de acuerdo con el público objetivo del mismo y el modelo de negocio establecido.

G7 Aplicar los fundamentos creativos de generación de ideas en los proyectos audiovisuales para entornos digitales.

G9 Optimizar el trabajo de acuerdo a los recursos tecnológicos relacionados con los procesos y herramientas del proyecto a desarrollar.

E16 Utilizar herramientas de marketing y comercialización en la gestión de proyectos.

E19 Conocer las necesidades de las industrias y de las economías a nivel global, así como la globalización, sus consecuencias y aplicaciones en los negocios internacionales.

CT2 Conocer los principales agentes del sector y el ciclo de vida completo de un proyecto en desarrollo y comercialización de contenidos digitales.

CT5 Poseer las habilidades necesarias para el emprendimiento digital.

3.2 Resultados de aprendizaje

Adecuar el planteamiento de un proyecto al estudio de mercado y público objetivo al que va dirigido.

Identificar los cambios producidos en la sociedad debido a la inclusión de los nuevos medios digitales.

Implementar recursos, ideas y métodos novedosos sirviéndose de la creatividad y la innovación.

Planificar eficazmente el trabajo, eligiendo los recursos y procesos adecuados al proyecto a desarrollar.

Actuar con iniciativa y espíritu emprendedor.

Aplicar diversas técnicas de marketing y conocer las implicaciones de este sobre el desarrollo de un proyecto digital.

Adaptar el proyecto en desarrollo a diversos contextos internacionales.

4. CONTENIDOS

- Fundamentos de sociología general
- Brecha digital
- Redes sociales y su impacto social
- Sociología de la comunicación y tecnológica
- Oportunidades de la sociedad digital

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZAS

5.1 Modalidades de enseñanza

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- **Método expositivo/Lección magistral:** el profesor desarrollará, mediante clases magistrales y dinámicas los contenidos recogidos en el temario.
- **Estudio de casos:** análisis de casos reales relacionados con la asignatura.
- **Resolución de ejercicios y problemas:** los estudiantes desarrollarán las soluciones adecuadas aplicando procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados.
- **Aprendizaje basado en problemas:** utilización de problemas como punto de partida para la adquisición de conocimientos nuevos.
- **Aprendizaje orientado a proyectos:** se pide a los alumnos que, en pequeños grupos, planifiquen, creen y evalúen un proyecto que responda a las necesidades planteadas en una determinada situación.
- **Aprendizaje cooperativo:** Los estudiantes trabajan en grupo para realizar las tareas de manera colectiva.

5.2 Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
AF1 Clases teóricas / Expositivas	18	100%
AF2 Clases Prácticas	8	100%
AF3 Tutorías	2	50%
AF4 Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno	30	0%
AF5 Elaboración de trabajos (en grupo o individuales)	13	0%
AF6: Actividades de Evaluación	4	100%

6. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
SE1 Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura	10%	30%
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	10%	60%
SE3 Prueba Objetiva	30%	80%

7. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

Castells, M. (2004) La sociedad red. Una visión global. Alianza Editorial.

Castells, M. (2006) La Era De La Información. Volumen 1. La sociedad red. Alianza Editorial.

Giddens, A. (2014) Sociología. Ed. Alianza.

Pons, A (2013) El desorden digital. Ed. Siglo XXI España

Bibliografía recomendada

Abt, C (1970) Serious Games. Ed. Viking Press. Nueva York.

Ariño (1997) Sociología Cultural. Formas de clasificación en las sociedades complejas. Ed. Anthropos

Berenguer, J. M. – Ramos –Yzquierdo, J. A. Negocios Digitales. Competir usando tecnologías de información. Ed. Eunsa.

Bustamante, E (Coord.) (2009) Cultura y comunicación para el siglo XXI. Ed. Ideco

Edery, D y Mollick, E (2009) Changing the game: how videogames are transforming the future of business. Ed. FT Press. New Jersey

Gaitán Moya, J.A. – Piñuel Raigada J.L. (1998) Técnicas de investigación en comunicación social. Ed. Síntesis

Gee, J. P. (2004) Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo. Ed. Aljibe

Gros, B (2008) Videojuegos y aprendizaje. Ed. Graó

Gros, B (2015) Artículo en EKS, abril 2015 vol.16 nº 1, pp. 58-68. “La caída de los muros del conocimiento en la sociedad digital y las pedagogías emergentes”.

<http://goo.gl/Xwi7yO>

Pérez Tornero, J. M. (2005) Artículo en Universidad de Huelva: “El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios”. <http://goo.gl/uir9MP>

Zallo, R (1992) El mercado de la cultura. Ed. Gakoa