

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 de productos digitales interactivos
Facultad o Centro:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-TAD)
Materia:	Empresa y Gestión
Denominación de la asignatura:	Sociedad digital
Curso:	Primero
Semestre:	Segundo
Carácter:	Obligatoria
Créditos ECTS:	3
Modalidad/es de enseñanza:	Online
Idioma:	Castellano
Teléfono:	http://www.u-tad.com/

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA.

Descripción de la materia

Esta asignatura pertenece al módulo Conocimientos Transversales y, dentro de éste, a la materia Empresa y Gestión.

Esta materia hace referencia al estudio y práctica del conjunto de técnicas relacionadas con los conocimientos aplicables a las empresas y su gestión.

Descripción de la asignatura

Esta asignatura tiene relación con las asignaturas: “Creación y desarrollo de empresas”
La asignatura Sociedad Digital pretende orientar en conceptos básicos de la sociedad tecnológica 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 Sociedad Digital pretende dotar a los alumnos de unos conocimientos básicos en cómo la tecnología en general y la digital en particular, ha revolucionado nuestro mundo en las últimas décadas, en especial el sector del videojuego. Las aplicaciones son infinitas, haciendo nuestras tareas cotidianas más sencillas.

Sin embargo, no hay que olvidar que es necesaria una actitud crítica ante la vida, como ejercicio básico de expansión vital y emocional. Pretendemos mostrar el camino hacia ese espíritu crítico que todos deberíamos de llevar dentro, para no dar las cosas por sentado y no fiarnos de la primera respuesta que Google da a nuestras preguntas. Es necesario indagar, buscar, comparar, leer, ver, reflexionar, analizar... en definitiva, tener actitud crítica, con el fin de convertirnos en mejores profesionales y personas.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

3.1 Competencias (genéricas, específicas y transversales)

CG1 - Aprender a lo largo de la vida mediante el estudio autónomo y la formación continua.

CG2 - Saber adaptarse al cambio y a las nuevas situaciones con flexibilidad y versatilidad.

CG3 - Desarrollar el ámbito de la creatividad e innovación y tener la habilidad de presentar recursos, ideas y métodos novedosos para posteriormente concretarlos en acciones.

CG4 - Ejercer la capacidad de liderazgo y de negociación.

CG6 - Manifestar motivación por la calidad.

CG7 - Mostrar interés y sensibilidad en temas medioambientales y sociales, así como capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y responsabilidad social corporativa.

CG8 - Manifestar capacidad para trabajar en equipo.

CG9 - Saber gestionar eficazmente el tiempo.

CG10 - Tener capacidad de trabajar en un contexto internacional, así como en entornos diversos y multiculturales.

CG11 - Manejar habilidades básicas para las relaciones interpersonales

CG13 - Valorar el sentido ético en el trabajo.

CG14 - Saber trabajar en equipo en entornos multidisciplinares.

CG15 - Tener capacidad de organización y planificación.

CG17 - Demostrar habilidad para analizar, sintetizar y recoger información de diversas fuentes.

CG18 - Gestionar adecuadamente la información.

CG19 - Saber tomar decisiones y resolver problemas del ámbito profesional.

CB3 - 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

CE4. Analizar las necesidades y las implicaciones morales y éticas asociadas al desarrollo y de diseño que se plantean a los creadores de productos interactivos.

CE15. Analizar las características y necesidades de los usuarios en el entorno humanista como elemento fundamental en el diseño de productos interactivos

CE20. Conocer los factores determinantes del mercado de consumo de los productos interactivos teniendo en cuenta el conocimiento y el respeto de los entornos sociales y culturales.

CE26. Comprender y saber tematizar las relaciones Tecnología - Sociedad - Cultura, en relación con el diseño de productos interactivos.

3.2 Resultados de aprendizaje

Comprender el entorno histórico de la actual industria digital y los cambios producidos en la sociedad debido a la inclusión de los nuevos medios digitales

Identificar diferentes segmentos de mercado para la producción de un videojuego

Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.

Reflexionar sobre límites éticos y jurídicos de las innovaciones tecnológicas.

Interpretar datos relevantes de índole económica, política y cultural en el diseño de productos interactivos.

4. CONTENIDOS

- Fundamentos básicos de sociología
- Límites éticos en los medios digitales
- Impacto socio-cultural de los nuevos medios digitales

- Teoría sociológica de cultura digital
- Sociología de la comunicación en los medios tradicionales y digitales.

5. TEMARIO

Tema 1: Fundamentos de Sociología general.

- 1.1. Teorías básicas y metodologías de investigación en Sociología.
- 1.2. La sociedad de la información y los medios digitales. La sociedad red.
- 1.3. Las redes sociales como conexión.
- 1.4. Privacidad personal y Big Data. Economía de la atención.

Tema 2: Comunicación y tecnología.

- 2.1. Historia de la comunicación.
- 2.2. Democracia y participación ciudadana.
- 2.3. Impacto de la tecnología en la sociedad. Tendencias tecnológicas.

Tema 3: Accesibilidad y mundo digital.

- 3.1. Nativos y migrantes digitales.
- 3.1. La brecha digital y su impacto social.
- 3.2. La nueva educación.
- 3.3. Accesibilidad y discapacidad.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZAS

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 cooperativo:** Los estudiantes trabajan en grupo para realizar las tareas de manera colectiva.

Actividades formativas

ACTIVIDADES FORMATIVAS A DISTANCIA	¿Es síncrona?	HORAS TOTALES	HORAS DE INTERACTIVIDAD SÍNCRONA	% presencialidad
Sesiones teóricas virtuales síncronas (Modalidad a distancia)	Sí	4	4	100
Sesiones teóricas virtuales asíncronas (Modalidad a distancia)	No	9	0	0
Seminarios y Talleres (Modalidad a distancia)	No	2	0	0
Sesiones prácticas virtuales síncronas (Modalidad a distancia)	Sí	1	1	100
Sesiones prácticas virtuales asíncronas (Modalidad a Distancia)	No	3	0	0
Debate y discusión oral y/o escrita (Modalidad a distancia)	No	7	0	0
Tutorías (Modalidad a distancia)	Sí	2	2	100
Actividades de evaluación (Modalidad a distancia)	No	3	3	100
Test de autoevaluación (Modalidad a distancia)	No	4	4	100
Elaboración de trabajos en grupo (Modalidad a distancia)	No	22	0	0
Estudio y trabajo autónomo, individual (Modalidad a distancia)	No	19	0	0

7. DESARROLLO TEMPORAL

Tema	Semanas
Tema 1 Fundamentos de Sociología general.	1,2,3,4,5
Tema 2 Comunicación y tecnología.	6,7,8,9,10
Tema 2 Accesibilidad y mundo digital.	11, 12,13,14,15

8. 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 (modalidad a distancia)	10	10
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias (modalidad a distancia)	10	20
SE3 Prueba Objetiva (modalidad a distancia)	60	70
SE4 Evaluación por pares (modalidad a distancia)	0	10

9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

BAUMAN, Z. (2010): Mundo consumo. Ed. Paidós Ibérica.
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.

Bibliografía recomendada

ARIÑO, A. (1997): Sociología Cultural. Formas de clasificación en las sociedades complejas. Ed. Anthropos.
BAUMAN, Z. (2011): Modernidad líquida. Ed. Fondo de Cultura Económica.
BAUMAN, Z. (2010): Vida líquida. Paidós Estado y Sociedad.
BODEN, M. (2022): Inteligencia artificial. Ed. Turner.
BOTSMAN, R. (2017): Who can you trust? How Technology Brought Us Together and Why It Might Drive Us Apart. Public Affairs.
BOURDIEU, P. (2013): El oficio del sociólogo. Ed. Siglo XXI.
BUSTAMANTE, E. (Coord.) (2009): Cultura y comunicación para el siglo XXI. Ed. Ideco.
BYUNG-CHUL Han (2022): Infocracia: la digitalización y la crisis de la democracia. Ed. Taurus.
BYUNG-CHUL Han (2020): La desaparición de los rituales. Herder Editorial.
CEA D Ancona, M. (1996): Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social. Ed. Síntesis.

CHRISTAKIS, N.A. y Fowler, J.H (2011): Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. Little, Brown and Company.

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.

HERNÁNDEZ Sampieri, R. (2014:) Metodología de la investigación. Ed. McGraw Hill.

LEVIS, D (1997): Los videojuegos. Un fenómeno de masas. Ed. Paidós de Comunicación.

LEVITT, S. D. y Dubner, S. J. (2007): Freakonomics. Ed. Zeta.

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

VALLES, M. (2009): Entrevistas cualitativas. Cuaderno Metodológico, CIS 32. Ed. CIS.

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

10. Materiales, software y herramientas necesarias

Materiales:

Ordenador personal
Webcam
Micrófono.

Software:

Equipo de proyección con PowerPoint
Acrobat Reader