GUÍA DOCENTE

SOCIEDAD DIGITAL

GRADO EN **DISEÑO DE PRODUCTOS INTERACTIVOS**

MODALIDAD: PRESENCIAL

CURSO ACADÉMICO: 2023-2024

Denominación de la asignatura:	Sociedad Digital
Titulación:	Diseño de Productos Interactivos
Facultad o Centro:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital
Módulo:	Conocimientos Transversales
Materia:	Empresa y Gestión
Curso:	1º
Cuatrimestre:	2º
Carácter:	OB
Créditos ECTS:	3
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a - email	Susana Rodriguez /susana.rodriguez@u-tad.com
Página Web:	http://www.u-tad.com/

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.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias (genéricas, específicas y transversales)

BÁSICAS Y GENERALES

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.

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.

CB1 - 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

CB2 - 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

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

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

ESPECÍFICAS

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.

CE22 - Comprender y comunicar de forma clara y efectiva las directrices de desarrollo de un proyecto

CE23 - Comprender los aspectos relevantes de la sociedad digital en el contexto de la sociología, la filosofía, la psicología, la ética, los valores morales y los aspectos relacionados con el conocimiento, que afectan a la creación, publicación y distribución de productos interactivos.

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

CE27 - reconocer las implicaciones filosóficas, sociales y políticas de los diseños e innovaciones tecnológicos.

CE28 - Detectar las implicaciones sobre límites éticos y jurídicos de las innovaciones tecnológicas.

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

Estimar los costes y los tiempos de desarrollo de un proyecto de videojuegos.

Diseñar la organización de la empresa con el objetivo de maximizar la contribución del equipo

Gestionar las diferentes etapas de ejecución de la producción de un videojuego.

Relacionar la legislación sobre propiedad intelectual con diversos escenarios (nacional, europeo e internacional)

Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.

Conocer diversas técnicas de marketing y las implicaciones de éste sobre el desarrollo de un producto de ocio digital

Especificar los requisitos que satisfacen el modelo de juego propuesto por el productor, generando soluciones aceptables en coste y tiempo.

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.

CONTENIDO

- 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

TEMARIO

Tema 1: Introducción a la Sociología y la sociedad de la información.

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

3.2. La brecha digital y su impacto social.

3.3. La nueva educación.

3.4. Accesibilidad y discapacidad.

ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas totales	Horas presenciales
Clases teóricas	15,00	15,00
Seminarios y talleres	3,33	3,33
Clases Prácticas	9,17	9,17
Tutorías	1,67	1,67
Actividades de Evaluación	3,33	3,33
Estudio y trabajo en grupo	14,17	0,71
Estudio y trabajo autónomo e individual	28,33	0,00
TOTAL	75	33

Metodologías docentes

Método expositivo/Lección magistral

Estudio de casos

Resolución de ejercicios y problemas

Aprendizaje cooperativo

DESARROLLO TEMPORAL

Tema 1 Introducción a la Sociología y la sociedad de la información: 5 semanas

Tema 2 Comunicación y tecnología: 5 semanas

Tema 3 Accesibilidad y mundo digital: 5 semanas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura	10	30
Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	30	60
Prueba Objetiva	30	70

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CONVOCATORIA ORDINARIA	CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura	20	20
Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	40	40
Prueba Objetiva	40	40

Consideraciones generales acerca de la evaluación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se valorará de los alumnos la participación activa y la correcta entrega de las prácticas en forma y fecha.
- Implicación activa en los espacios de discusión.
- Capacidad crítica e incorporación de ideas ajenas.
- Evolución de las ideas iniciales en contraste con los contenidos expuestos y desarrollados en clase.
- Se exigirá un correcto uso del lenguaje junto con diseño, calidad, funcionalidad y presentación del trabajo.
- Se penalizarán las faltas de ortografía, los fallos de redacción (ideas esquemáticas y poco explicadas), así como la mala presentación.

- Todos los trabajos grupales se presentarán ante el resto de los compañeros las dos últimas semanas de clase, en la que todos los miembros deberán exponer su parte trabajada.

- Comprensión de los conceptos básicos de la asignatura: la implicación de las tecnologías digitales en diferentes procesos sociales.

- Se exigirá un correcto uso del lenguaje; se penalizarán las faltas de ortografía y los fallos de redacción (ideas esquemáticas y poco explicadas).

Convocatoria ordinaria:

El alumno deberá entregar y aprobar con nota de cinco sobre diez el trabajo de grupo. Contará un 20% de la nota final.

El alumno deberá entregar y aprobar con nota de cinco sobre diez los trabajos individuales. Contará un 20% de la nota final.

El alumno deberá aprobar el examen final obligatorio con nota de cinco sobre diez. Contará un 40% de la nota final.

Para aprobar la asignatura todas las partes han de tener una calificación superior a 5 sobre 10.

- Convocatoria extraordinaria:

El alumno deberá entregar y aprobar con nota de cinco sobre diez el trabajo de grupo (o una actividad individual equivalente). Contará un 20% de la nota final.

El alumno deberá entregar y aprobar con nota de cinco sobre diez los trabajos individuales. Contará un 20% de la nota final.

El alumno deberá aprobar el examen final obligatorio con nota de cinco sobre diez. Contará un 40% de la nota final.

Para aprobar la asignatura todas las partes han de tener una calificación superior a 5 sobre 10.

Aquellas prácticas o examen aprobados en convocatoria ordinaria se mantendrán aprobados en convocatoria extraordinaria.

- Toda detección de plagio, copia o uso de malas prácticas (como puede ser el uso de las IAs) en un trabajo o examen implicará el suspenso de ese trabajo con un cero, el reporte al claustro y coordinador académico y la aplicación de la normativa vigente, lo que puede conllevar penalizaciones muy serias para el alumno.

- No se permite el uso de SmartWatchs o de móviles durante los exámenes. Dichos aparatos tendrán que estar guardados y fuera de la vista durante la realización del examen.

- No se permite el uso de móviles durante las clases.

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.

MATERIALES, SOFTWARE Y HERRAMIENTAS NECESARIAS

Tipología del aula

Aula de teoría- Equipo de proyección y pizarra

Materiales:

Ordenador personal

Software:

Acrobat Reader

PowerPoint