



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Tecnologías de la Comunicación

Grado en Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2024-2025

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Comunicación
Asignatura	Tecnologías de la Comunicación
Materia	Comunicación
Carácter	Formación Básica
Curso	2º
Semestre	1
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Daniel Laureano Cerviño Cortínez
Correo Electrónico	daniel.cervino@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas:

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.

Competencias generales:

CG1

Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG4

Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía en el ámbito del protocolo y la organización de actos.

CG6

Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

Competencias transversales:

No existen datos.

Competencias específicas:

CE1

Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

CE3

Capacidad y habilidad para idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos.

CE6

Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información, con especial hincapié en los nuevos soportes.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

Capacidad para utilizar las nuevas tecnologías para el diseño y transmisión informativa.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Las TICs: definición y tipología.

La web.

Identidad individual.

Content Management System: funcionalidad y aplicación.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Tema 1. Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs)

- 1.1 Introducción
- 1.2 Definición
- 1.3 Historia de las TICs
- 1.4 Tipologías
- 1.5 Ventajas y desventajas del uso de las TICs

- 1.6 Importancia de las TICs
- 1.7 Tendencias actuales y futuras
- 1.8 Peligros en el uso de las TICs
- 1.9 Conceptos de interés

Tema 2. La Web

- 2.1 Introducción
- 2.2 Definición
- 2.3 Historia de la Web
- 2.4 Tipologías
- 2.5 Ventajas y desventajas del uso de páginas web
- 2.6 Importancia del empleo de páginas web
- 2.7 Gobernanza de internet
- 2.7 Conceptos de interés

Tema 3. Identidad individual

- 3.1 Introducción
- 3.2 Identidad digital
- 3.3 Diferencias entre perfil personal y profesional
- 3.4 Identidad corporativa
- 3.5 Seguridad y privacidad de la identidad individual
- 3.6 Conceptos de interés

Tema 4. Content Management System (CMS)

- 4.1 Introducción
- 4.2 Definición
- 4.3 Tipos de CMS
- 4.4 Aspectos a considerar en la gestión de contenidos
- 4.5 Tendencias en la gestión de contenidos
- 4.6 Conceptos de interés

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Tema 1.

Semanas 1-5.

Tema 2.

Semanas 6-10.

Tema 3.

Semanas 11-14.

Tema 4.

Semanas 14-16.

ACTIVIDADES

- Recomendación para realizar examen liberatorio de contenidos de la asignatura, semana 12.
- Recomendación para realizar una salida a otro centro, participación en un seminario o *masterclass*, clase de repaso de los contenidos de la asignatura, semana 16.

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral

Estudio individual

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	39
Visitas a centros de interés	1
Proyectos y trabajos	3
Tutoría y seguimiento	5
Evaluación	9

Trabajo autónomo del alumno	81
Prácticas	8
Talleres	3
Estudios de casos	1

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno.

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	25%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	65%

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

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. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

Los criterios de calificación comprenderán tres partes bien diferenciadas:

Examen teórico-práctico que estará compuesto por preguntas tipo ‘test’, preguntas cortas y/o la realización de un caso práctico. Donde las preguntas tipo test supondrán un 30% de cada prueba que se realice, mientras que las preguntas de desarrollo contabilizarán como un 70%.

Proyecto final de la asignatura, que tendrá las siguientes características:

- La temática del trabajo tendrá que ser acordada con el profesorado. Ésta se basará en el desarrollo y aplicación de un plan estratégico y operativo para la promoción y difusión de la imagen corporativa de una organización.
- Cabe destacar que, si el trabajo final no se entrega correctamente, es decir, en tiempo y forma, no se procederá a su corrección.
- El trabajo final se centrará en dos partes, donde la primera se trata de un informe y la segunda en la realización de una presentación que será expuesta por los alumnos.
- Deberá ser entregado en tiempo y forma correcta:
 - Limpio y ordenado
 - Nombre del autor/es, del proyecto, de la asignatura
 - Digital
 - Fecha

La asistencia y participación en clases. Su calificación se calculará atendiendo al número de asistencias activas en clases.

Tras impartir la docencia de la mitad de los contenidos de la asignatura, se realizará un examen liberatorio no obligatorio sobre estos.

Su porcentaje de calificación respecto a la nota final será del 50% respecto al apartado de pruebas de evaluación teórico-prácticas.

Al superar estos contenidos, en la fecha oficial del examen de convocatoria ordinaria se examinarán sobre el restante aún por superar. Donde no existe la posibilidad de aumentar las calificaciones sobre estos contenidos en la fecha del examen oficial de convocatoria ordinaria ni extraordinaria. No guardándose las calificaciones del examen liberatorio para convocatoria extraordinaria, si finalmente se suspende el examen oficial de convocatoria ordinaria.

Si no se supera el examen en convocatoria ordinaria, se tendrá que presentar en convocatoria extraordinaria sobre todos los contenidos de la asignatura.

Si no se supera el trabajo en convocatoria ordinaria, se tendrá que entregar en convocatoria extraordinaria uno totalmente nuevo.

La nota del examen parcial dentro de la convocatoria ordinaria, no se respetará en la convocatoria extraordinaria, por lo que el alumno tendrá que presentarse a todo.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Bouwman, H., van den Hooff, B., van de Wijngaert, L., van Dijk, J. A. G. M. (2005). Information and Communication Technology in Organizations: Adoption, Implementation, Use and Effects. Reino Unido: SAGE Publications.
- Collin, P. (2015). Dictionary of ICT: Information and Communication Technology. Reino Unido: Bloomsbury Publishing.
- Loubere, P. (2021). A History of Communication Technology. Reino Unido: Taylor & Francis.
- The SAGE Handbook of Web History. (2018). Reino Unido: SAGE Publications.
- Barker, D. (2016). Web Content Management: Systems, Features, and Best Practices. (n.p.): O'Reilly Media.
- Sharma, S. (2019). Data Privacy and GDPR Handbook. Estados Unidos: Wiley.
- Kamberg, M. (2018). Digital Identity: Your Reputation Online. Estados Unidos: Rosen Publishing Group, Incorporated.

Complementaria

- Rowden, M. (2017). The Art of Identity: Creating and Managing a Successful Corporate Identity. Reino Unido: Taylor & Francis.
- Unión Europea. (2016). Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento UE 2016/679). Diario Oficial de la Unión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>
- Boiko, B. (2005). Content Management Bible. Alemania: Wiley.