



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT

CONTINGUTS DIGITALS

Coordinació: BARQUE DURAN, ALBERT

Any acadèmic 2019-20

Informació general de l'assignatura

Denominació	CONTINGUTS DIGITALS			
Codi	102178			
Semestre d'impartició	1R Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Grau en Disseny Digital i Tecnologies Creatives	1	TRONCAL	Presencial
Nombre de crèdits assignatura (ECTS)	6			
Tipus d'activitat, crèdits i grups	Tipus d'activitat	PRALAB	TEORIA	
	Nombre de crèdits	3	3	
	Nombre de grups	2	1	
Coordinació	BARQUE DURAN, ALBERT			
Departament/s	INFORMÀTICA I ENGINYERIA INDUSTRIAL			
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	40% Presencials. 60% Treball autònom de l'estudiant.			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	Anglès, Català i Castellà.			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
BARQUE DURAN, ALBERT	albert.barque@udl.cat	9	

Informació complementària de l'assignatura

El curs està organitzat en 5 setmanes intensives.

Setmanes: 4, 7, 10, 13 i 15 segons el "Calendari Acadèmic de l'Escola Politècnica Superior pel curs 2019-2020: Graus i Màsters (Campus Lleida)".

L'horari específic per aquestes setmanes es pot descarregar aquí: <https://bit.ly/2Js2GnT>

Els alumnes podran contactar amb el professor per fer tutoria o seguiment de l'assignatura fora de les classes presencials de 3 formes diferents: missatges directes (tipus correu) amb el professor a través del Campus Virtual, videoconferències amb el professor a través del Campus Virtual, reunions amb cita prèvia durant les setmanes específiques establertes segons el calendari acadèmic.

Objectius acadèmics de l'assignatura

De forma esquemàtica, els objectius de l'assignatura són:

- Introducció als continguts digitals, origen y evolució.
- Classificació dels continguts digitals: audio, imatge, vídeo.
- Disseny i creació de continguts digitals.
- Procesament de continguts digitals: anàlisi d'ús i consum en el comerç electrònic.
- La distribució dels continguts digitals.
- Saber identificar els diferents continguts digitals i el seu àmbit d'ús.
- Conèixer els aspectes socials i culturals associats al consum digital.
- Relacionar els continguts digitals i el seu ús amb les plataformes i xarxes socials.
- Crear, a la vegada que definir, el comportament y finalitat adequada als continguts digitals en funció de la seva aplicació final i la plataforma de presentació.
- Ser capaços d'analitzar l'impacte dels continguts digitals.

Competències

Competències bàsiques

CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en la seva àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text

avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi

Competències transversals

CT1. Adquirir una adequada comprensió i expressió oral i escrita del català i del castellà

CT3. Adquirir capacitat en l'ús de les noves tecnologies i de les tecnologies de la informació i la comunicació

Competències generals

CG1. Habilitat per crear i desenvolupar respostes a problemes de comunicació per als diferents continguts digitals

CG3. Habilitat per respondre a contextos propis d'entorns digitals reconeixent factors físics, cognitius, culturals i socials que emmarquen decisions de disseny

CG6. Entendre, comprendre, saber interactuar i satisfer les necessitats dels nous clients en contextos digitals

CG7. Capacitat d'anàlisi i desenvolupament de tecnologies digitals per a la visualització de la informació

CG9. Conèixer les principals claus i tendències en els entorns digitals

Competències específiques

CE8. Capacitat per a la creació i explotació de mons virtuals, i per a la creació, gestió i distribució de continguts multimèdia

CE9. Conèixer les metodologies, programes, tècniques, normes i estàndards, a més de ser capaç d'utilitzar la base de coneixement adquirida amb elements específics de desenvolupament web

Continguts fonamentals de l'assignatura

BLOC 1

Els mitjans de comunicació.

Elements bàsics de fotografia: captura, edició i producció.

(Setmana de sessió de fotos)

BLOC 2

La Indústria Cultural

Elements bàsics d'àudio: gravació, edició i producció.

(Setmana de gravació d'àudio)

BLOC 3

Big Data

Expressió de la informació: Visualització de Dades

(Setmana de tractament de dades)

BLOC 4

Humanitats Digitals

Elements bàsics de vídeo: gravació, edició i producció.

(Setmana de gravació de vídeo)

BLOC 5

Cybercultures.

Visites i "Guest Lectures".

Eixos metodològics de l'assignatura

- El curs està organitzat per 5 blocs de temàtiques diferents. Cada setmana intensiva es correspon a 1 bloc diferent.
- A les sessions de teoria es presentaran, discutiran i defensaran les lectures obligatòries de caràcter teòric corresponents als 5 blocs. Aquestes lectures tenen els següents objectius: (1) comprensió i aprenentatge, (2) reflexió, (3) generació d'opinions i discursos crítics.
- En les sessions de pràctiques es cobriran els projectes de caràcter aplicat corresponents als 5 blocs. Aquests projectes tenen els següents objectius: (1) comprensió i aprenentatge, (2) planificació i gestió, (4) execució, (5) presentació / lliurament.
- El treball autònom de l'estudiant consisteix en la preparació de les lectures de les sessions teòriques (amb els seus corresponents exercicis) i en l'execució dels projectes de caràcter aplicat.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

* Els materials de les diferents setmanes / blocs es trobaran corresponentment organitzats i penjats al Campus Virtual per a poder descarregar.

Setmana 4

BLOC 1

Els mitjans de comunicació.

Elements bàsics de fotografia: captura, edició i producció.

(Setmana de sessió de fotos)

Setmana 7

BLOC 2

La Indústria Cultural

Elements bàsics d'àudio: gravació, edició i producció.

(Setmana de gravació d'àudio)

Setmana 10

BLOC 3

Big Data

Expressió de la informació: Visualització de Dades

(Setmana de tractament de dades)

Setmana 13

BLOC 4

Humanitats Digitals

Elements bàsics de vídeo: gravació, edició i producció.

(Setmana de gravació de vídeo)

Setmana 15

BLOC 5

Cybercultures.

Visites i "Guest Lectures".

Sistema d'avaluació

Examen Parcial 1: 20%

Examen Parcial 2: 20%

Pràctica Bloc 1: 10%

Pràctica Bloc 2: 10%

Pràctica Bloc 3: 10%

Pràctica Bloc 4: 10%

Participació: 20%

* Per aprovar l'assignatura la mitjana dels exàmens ha de ser ≥ 5 , tenint en compte que cap dels exàmens pot tenir menys d'un 4.

Bibliografia i recursos d'informació

- McLuhan, Marshall. "The Medium is The Message." In *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press, 1994. ISBN: 9780262631594.
- Adorno, Theodor, and Max Horkheimer. "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception." In *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press, 2007. ISBN: 9780804736336.
- Geertz, Clifford. "Thick Description: Towards an Interpretive Theory of Culture." In *The Interpretation of Cultures*. Basic Books, 1977. ISBN: 9780465097197
- Jenkins, Henry, Sam Ford, and Joshua Green. "Where Web 2.0 Went Wrong." In *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked*. NYU Press, 2013. ISBN: 9780814743508.
- Bush, Vannevar. "As We May Think." *The Atlantic*, July 1945.
- Boyd, Danah, and Kate Crawford. "Six Provocations for Big Data." *A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society*, September 2011.
- Blair, Ann. "Information Overload: Then and Now." *The Chronicle of Higher Education*, November 28, 2010.
- David Bodenhamer. "The potential of spatial humanities".
- Drucker, Johanna. "Humanities Approaches to Graphical Display." *Digital Humanities Quarterly* 5, no. 1 (2011).
- Tufte, Edward R. "Color and Information." In *Envisioning Information*. Graphics Press, 1990. ISBN: 9780961392116.