



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Estudios de Asia Oriental por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo
Asignatura:	Cultura Digital y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en Asia Oriental
Código:	208
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Comunicación, Estudios de Asia Oriental
Módulo:	Módulo de Sociedades y Culturas
Experimentalidad:	74 % teórica y 26 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Español
Curso:	2
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	http://cccom.cv.uma.es/course/view.php?id=2009

EQUIPO DOCENTE

Departamento: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

Área: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ESTEFANIA CESTINO GONZALEZ	ecestino@uma.es	-	-	Todo el curso: Lunes 13:00 - 14:30, Martes 11:00 - 13:00, Martes 20:00 - 20:30, Martes 16:00 - 17:00, Jueves 17:00 - 18:00

RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se aconseja la lectura previa a la clase magistral correspondiente de la bibliografía de la asignatura, ya que puede resultar ajena a los campos de conocimiento más propios del Grado de Estudios Orientales.

Por otro lado, dado que se trata de una asignatura presencial, se recomienda el seguimiento semanal de la asignatura especialmente si no se puede asistir a alguna de las clases. Para ello se facilitarán los contenidos vía cv aunque esto puede resultar insuficiente y debe ser complementado con los apuntes de clase.

Prior to the corresponding master class in the literature of the subject is recommended reading because it can be outside more fields Grade own knowledge of Oriental Studies.

On the other hand, since it is a classroom subject, the weekly monitoring of the subject is recommended especially if you can not attend any of the classes. For this purpose the contents will be provided via cv although this can be insufficient and must be supplemented with class notes.

CONTEXTO

Estudio de las tendencias y manifestaciones ligadas a la cultura digital y a las nuevas tecnologías de la información y comunicación en los países de Asia Oriental. Impacto de las nuevas tecnologías en los sistemas de producción y distribución, comercio internacional y economía real.

La perspectiva de la asignatura es fundamentalmente antropológica y comunicacional. En este sentido se entiende la cultura digital actual. Y en este marco proponemos la comunicación publicitaria como ejemplo paradigmático. Ello sin obviar otros tipos de comunicación, corporativa e institucional, mediada e interpersonal.

Study of trends and events related to digital culture and new technologies of information and communication in the countries of East Asia. Impact of new technologies in production and distribution systems, international trade and real economy.

The perspective of the subject is fundamentally anthropological and communicational. In this sense means the current digital culture. And within this framework we propose advertising communication as a paradigmatic example. This without forgetting other communications, corporate and institutional, mediated and interpersonal.

COMPETENCIAS

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

INTRODUCCIÓN / Introduction

1. Cultura Occidental y Cultura Asiática. Modernidad, Posmodernidad y Transmodernidad / Western Culture and Eastern Culture. Modernity, Posmodernity and Transmodernity
2. La industria tecnológica contemporánea: Globalización / The current technological industry: Globalization
3. La industria tecnológica en Asia Oriental / The technological industry in Eastern Asia
4. El receptor de la cultura, consumidor, persona de la actualidad / Receptor, consumer, person nowadays



Archivo1b. De la Modernidad a la Transmodernidad

I. INTERACTIVIDAD, CULTURA, COMUNICACIÓN. EL DISEÑO KANSEI COMO PUNTO DE PARTIDA / Interactivity, Culture and Communication, The Kansei design as a st

5. Introducción al concepto interactividad / Introduction to the interativity concept
6. La interactividad tecnológica / Technological interactivity
7. La interactividad comunicacional / Communicational interactivity
8. Asia: ejemplos paradigmáticos / Asia: Paradigmatical examples

Archivoppt interactividad

II. CRISIS DE LA CULTURA Y DE LA COMUNICACIÓN EN OCCIDENTE Y ASIA / Culture and Communication crisis in Western and Asia

8. Crisis de la cultura y de la comunicación en Occidente y Asia / Culture and Communication crisis in Western and Asia
9. Crisis de la cultura y de la comunicación en Occidente y Asia / Culture and Communication crisis in Western and Asia
9. Crisis de la cultura y de la comunicación en Occidente y Asia / Culture and Communication crisis in Western and Asia

III. CULTURA POPULAR : NUEVAS FORMAS PUBLICITARIAS EN TV EN OCCIDENTE Y ASIA / Popular Culture: New Advertising ways on tv in Western and Asia

10. Algunas nociones de Neotelevisión / Some lections on Neotelevision
9. Algunas nociones de Neotelevisión / Some lections on Neotelevision
10. Algunas nociones de Neotelevisión / Some lections on Neotelevision
10. Bartering, Patrocinio, Infomerciales, Telepromociones / Bartering, Sponsorship, Infomercials, Telepromotions
11. Bartering, Patrocinio, Infomerciales, Telepromociones / Bartering, Sponsorship, Infomercials, Telepromotions
11. Bartering, Patrocinio, Infomerciales, Telepromociones / Bartering, Sponsorship, Infomercials, Telepromotions
12. Un ejemplo significativo: el product placement / A paradigmatic example: product placement
11. Un ejemplo significativo: el product placement / A paradigmatic example: product placement
12. Un ejemplo significativo: el product placement / A paradigmatic example: product placement

ArchivoNeotelevisión

ArchivoNeotelevisión

ArchivoNeotelevisión

ArchivoNeotelevisión

IV. CULTURA, FORMATOS Y TECNOLOGÍAS DIGITALES EN OCCIDENTE Y ASIA / Culture, Formats and Digital Technologies in Western and Asia

12. Cultura, formatos y tecnologías digitales en Occidente y Asia / Culture, Formats and Digital Technologies in Western and Asia
13. Cultura, formatos y tecnologías digitales en Occidente y Asia / Culture, Formats and Digital Technologies in Western and Asia
13. Cultura, formatos y tecnologías digitales en Occidente y Asia / Culture, Formats and Digital Technologies in Western and Asia

V. PERFIL DEL PROFESIONAL DE LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN. LAS ENSEÑANZAS ORIENTALES / Profile of the culture and communication professional. The Eastern

14. El Movimiento Slow / Slow Movement
15. Escuchar, mirar, reflexionar y dialogar / Listen, watch, think and talk

ArchivoComunicación Slow

ArchivoComunicación Slow

> 18. Escuchar, mirar, reflexionar y dialogar / Listen, watch, think and talk



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades Presenciales

Actividades expositivas

Lección magistral

Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

OBJETIVOS GENERALES:

- Familiarizar a los alumnos con las siguientes líneas de trabajo e investigación en Occidente y Asia Oriental:

1. Culturas y estructuras digitales.
2. Nuevas formas publicitarias.
3. Interactividad en sitios web culturales:
 - 3.1. Como aspecto de Usability.
 - 3.2. Como actitud dialógica.

- Propuesta de la interactividad como ideal en el contexto de la Transmodernidad (Magda) en Occidente y Asia Oriental.

EVALUACIÓN

Tanto en el examen como en los trabajos prácticos una parte de la evaluación se corresponde con conceptos y contenidos objetivos y otra con reflexión, fuentes propias y trabajo individual.

GENERAL OBJECTIVES:

- Familiarize students with the following lines of work and research in West and East Asia:

1. Cultures and digital structures.
2. New forms of advertising.
3. Interactivity in cultural websites:
 - 3.1. As an aspect of Usability.
 - 3.2. As dialogic attitude.

- Proposal for interactivity as ideal in the context of Transmodernity (Magda) in West and East Asia.

EVALUATION

Both the examination and practical work part of the assessment corresponds to concepts and objectives contained and the other with reflection, own sources and individual work.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación se realizará a partir de un examen teórico-práctico y las prácticas llevadas a cabo (individuales o grupales) y trabajo de curso. Será imprescindible tener aprobado el examen teórico-práctico para hacer media.

El examen teórico-práctico supondrá el 50% de la nota final. Las prácticas (se calculará la media tanto de las individuales como de las grupales) aportarán el 15% y el trabajo el 35% restante.

El examen teórico se compondrá de 5 preguntas en las que el alumno deberá demostrar el grado de conocimiento de la materia y la madurez de sus argumentos al tiempo que podrá exponer parte de su trabajo práctico.

En las prácticas y en el trabajo, no sólo se valorará el contenido, sino también su presentación, así como la exposición hecha por los alumnos/as en el aula.

Convocatoria primera ordinaria:

- Examen final teórico-práctico (50%)
- Informe previo y propuesta de proyecto de organización de evento (35%)
- Presentación de ejemplo paradigmático de cultura digital (15%)

Convocatoria segunda ordinaria:

- Examen final teórico-práctico (50%)
- Informe previo y propuesta de proyecto de organización de evento (35%)
- Presentación de ejemplo paradigmático de cultura digital (15%)

Convocatoria extraordinaria de fin de estudios:

- Examen final teórico-práctico (50%)
- Presentación de ejemplo paradigmático de cultura digital (50%)



Convocatoria extraordinaria de repetidores:

- Examen final teórico-práctico (50%)
- Presentación de ejemplo paradigmático de cultura digital (50%)

Alumnos a tiempo parcial:

- Examen final teórico-práctico (50%)
- Presentación de ejemplo paradigmático de cultura digital (50%)

The evaluation will be conducted from a theoretical and practical and practices carried out (individual or group) and course work examination. It will be essential to have passed the theoretical and practical examination for average.

The theoretical and practical examination will represent 50% of the final grade. Practices (the average is calculated both the individual and the group) will contribute 15% and the remaining 35% work.

The theoretical exam will consist of 5 questions in which the student must demonstrate the degree of knowledge of the subject and the maturity of their arguments while may expose part of their practical work.

Practices and work, not only the content will be assessed, but also their presentation and the presentation by the students / as in the classroom.

First ordinary call:

- Final theoretical and practical exam (50%)
- Previous Report and proposed draft organization of the event (35%)
- Presentation of paradigmatic example of digital culture (15%)

Ordinary second call:

- Final theoretical and practical exam (50%)
- Previous Report and proposed draft organization of the event (35%)
- Presentation of paradigmatic example of digital culture (15%)

resit end of studies:

- Final theoretical and practical exam (50%)
- Presentation of paradigmatic example of digital culture (50%)

resit repeaters:

- Final theoretical and practical exam (50%)
- Presentation of paradigmatic example of digital culture (50%)

Part-time students:

- Final theoretical and practical exam (50%)
- Presentation of paradigmatic example of digital culture (50%)

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

- Básica**
- AARRON, W (2012): Designing for emotion, Book Apart: <http://www.abookapart.com/produts/designing-for-emotion/>
- BLOOM, H (1994): El canon occidental, Anagrama, Barcelona.
- CAMPUS VIRTUAL: <http://fest.cv.uma.es/course/view.php?id=1202>
- Campus virtual: <http://fest.cv.uma.es/course/view.php?id=1202>
- Creative Commons <http://www.creativecommons.org>
- Cyworld <http://cyworld.com>
- FACEBOOK: <https://www.facebook.com/#!/pages/Antropolog%C3%ADa-Cultura-digital-y-Medios-no-Convencionales/147078645412286?fref=ts>
- Manifiesto ComInteractiva: <https://www.cominteractiva.com>
- Mirror Art Group <http://www.mirrorartgroup.org/web/projects/>
- Perfil de la asignatura en Facebook: <https://www.facebook.com/#!/pages/Antropolog%C3%ADa-Cultura-digital-y-Medios-no-Convencionales/147078645412286?fref=ts>
- RUSSO, A y WATKINS, J (2005): "Digital Cultural Communication: Enabling new media and cocreation in South East Asia", International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT), Vol. 1, Issue 4, pp. 417: www.ijedict.dec.uwi.edu/include/getdoc.php?id=859
- Singapore National Library <http://www.nlb.gov.sg/CPMS.portal>
- SOLANA, D (2010): Postpublicidad: Reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital, Postagencia, Barcelona: http://chuerta.com/libros/Postpublicidad-Version_liquida.pdf
- VICTORIA, JS (2008): "Ciudadanos, Públicos y Consumidores: Personas", Prisma Social: <http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/1/tematica/03-ciudadanos-publicos.html>
- VICTORIA, JS (2012): Comunicación Slow (y la Publicidad como Excusa), Fragua, Madrid. ISBN: 978-84-7074-519-5
- Virtual Hilltribe Museum <http://www.hilltribes.org>



DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	33,3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	11,7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90

TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15

TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150

