

Asignatura

Nombre Asignatura	Inteligencia Artificial y Nuevos Modelos de Negocio
Código	100322034
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	3

Profesores

Nombre	Alejandro Sánchez del Campo Redonet
Nombre	Jaime Benguria Aguirreche
Nombre	José María Ortiz Ibarz
Nombre	Rafael Rubio García

Datos Generales

» CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

» OBJETIVOS TEÓRICOS

Analizar el impacto de las tecnologías disruptivas en la comunicación publicitaria y las relaciones públicas, así como en las formas de trabajar y de relacionarnos.

» OBJETIVOS PRÁCTICOS

Con esta asignatura, el estudiante profundizará sobre el impacto de las tecnologías altamente disruptivas. Se analizan las oportunidades que ofrece la inteligencia artificial para poder personalizar cada vez más las interacciones y las comunicaciones. Así como los riesgos, dependencias e intrusiones que ello conlleva. Sobre todo, se pretende introducir los elementos que nos permiten comprender el significado que puede tener la irrupción en nuestra cultura y mercado de una nueva forma de personalidad: la personalidad artificial.

» COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

BÁSICAS Y GENERALES

CG5 - Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

CG6 - Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos en la profesión publicitaria y de las relaciones públicas.

CG7 - Respetar los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.), y defender una cultura de paz y el respeto de los derechos fundamentales en todos los tratamientos de la comunicación publicitaria.

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

TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

ESPECÍFICAS

CE5 - Utilizar los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE14 - Comprender los procesos psicológicos y psicosociales para evaluar su impacto en la comunicación y persuasión.

CE15 - Gestionar la publicidad y las relaciones públicas en el actual entorno digital y estar preparados para los nuevos avances tecnológicos que se puedan desarrollar.

CE20 - Comprender la historia de la sociología, la psicología y de la cultura, especialmente del arte, para proyectar estos conocimientos en los trabajos publicitarios.

CE21 - Comprender y aplicar los principios básicos del ordenamiento jurídico general y en particular del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

(POR CONFIRMAR)

Unidad 1: Introducción a la Inteligencia Artificial

Definición de Inteligencia Artificial (IA) y su relevancia en el campo de la Publicidad y Relaciones Públicas.

Breve historia de la IA y sus aplicaciones en el mundo real.

Discusión sobre las tecnologías disruptivas y su impacto en la sociedad.

Unidad 2: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en la Publicidad

Análisis de cómo la IA ha transformado la industria publicitaria.

Personalización y segmentación en la publicidad basada en IA.

Estudio de casos de éxito en la implementación de IA.

Unidad 3: IA y la personalización de las interacciones

Exploración de cómo la IA permite personalizar las interacciones y comunicaciones con los consumidores.

Análisis de herramientas y técnicas de IA para la personalización de contenidos y mensajes

publicitarios.

Debates éticos sobre el uso de la personalización y los límites de la privacidad.

Unidad 4: Riesgos y dependencias de la IA en la Publicidad

Identificación y análisis de los riesgos asociados con el uso de la IA en la publicidad.

Dependencia de algoritmos y sistemas de IA en la toma de decisiones publicitarias.

Estrategias para minimizar los riesgos y garantizar la transparencia en el uso de la IA.

Unidad 5: La personalidad artificial y su impacto cultural y socioeconómico

Definición y análisis de la personalidad artificial.

Exploración de cómo la personalidad artificial puede influir en la cultura y el mercado.

Reflexión sobre los cambios y desafíos que la personalidad artificial puede traer a la Publicidad y Relaciones Públicas.

Unidad 6: Ética y responsabilidad en el uso de la IA

Discusión sobre los aspectos éticos de la IA en la Publicidad y Relaciones Públicas.

Responsabilidad social y consecuencias de las decisiones impulsadas por la IA.

Marco regulatorio y políticas relacionadas con la IA en el ámbito publicitario.

Unidad 7: Futuro de la IA en la Publicidad y Relaciones Públicas

Tendencias emergentes en el campo de la IA y su impacto en la publicidad.

Exploración de nuevos desarrollos tecnológicos y su aplicación en el ámbito publicitario.

Análisis de posibles escenarios futuros y oportunidades para los profesionales de Publicidad y Relaciones Públicas.

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDAD FORMATIVA	Nº horas	% Presencialidad
---------------------	----------	------------------

Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	250	100
Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.).	130	100
Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	100	60
Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	50	60
Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	50	0
Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.	20	100

CONVOCATORIA ORDINARIA

El profesor evaluará a cada estudiante a partir de la nota de asistencia y participación, la nota de la evaluación continua y la del examen realizado al final del curso.

SE3 - Pruebas de evaluación oral o escrita: 40%. valoración mediante prueba objetiva oral o escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia. **La nota del examen pasa a ser 0 (cero) si no se supera los 5 (cinco) puntos sobre 10 (diez).**

SE2 - Evaluación de trabajos, prácticas, informes: 50%. Valorar el aprendizaje y la adquisición de competencias de los estudiantes a través de la realización de trabajos, individuales o grupales, que pueden incluir una presentación oral. **Es obligatorio aprobar con al menos un 5 (cinco) este bloque.**

SE1 - Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: 10%. Valorar el desempeño y aprovechamiento de la materia, así como de las competencias pertinentes, a través de la asistencia, la observación pautada de comportamientos y la participación: . Excepto por causas de fuerza mayor justificables con documento oficial, no hay justificación para no asistir a clase. **Es necesario haber asistido al menos al 70% de las sesiones.**

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

SE3 - Pruebas de evaluación oral o escrita: 40%. Valoración mediante prueba objetiva oral o escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia. La nota del examen pasa a ser 0 (cero) si no se supera los 5 (cinco) puntos sobre 10 (diez).

SE2 - Evaluación de trabajos, prácticas, informes: 50%. Incluye, además de las prácticas ordinarias de la materia, la evaluación de la lectura de una obra/texto de carácter referencial en la disciplina (según el criterio común de la Universidad adoptada a partir del curso 2020/21) que el alumno realizará inmediatamente después del examen de convocatoria extraordinaria. Se exigirá superar con al menos un 5 (cinco) a aquellos alumnos que hayan suspendido la evaluación continua en la convocatoria ordinaria. Las prácticas atrasadas deben estar entregadas antes de la hora de comienzo del examen.

SE1 - Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: 10%. Se mantiene la nota de asistencia y participación de la convocatoria ordinaria, sin necesidad mínima de asistencia.

ALUMNOS EN SEGUNDA MATRÍCULA O PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES QUE ESTÉN EXENTOS DE ASISTENCIA

SE3 - Pruebas de evaluación oral o escrita: 70% - La nota del examen pasa a ser 0 (cero) si no se supera los 5 (cinco) puntos sobre 10 (diez).

SE2 - Evaluación de trabajos, prácticas, informes: 30% - Incluye la evaluación de la lectura de una obra/texto de carácter referencial en la disciplina (según el criterio común de la Universidad adoptada a partir del curso 2020/21).

La calificación **NO PRESENTADO** no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como no presentada su asignatura. En este caso, la calificación final corresponderá a la media ponderada de su evaluación continua.

NORMAS COMUNES SOBRE EXPRESIÓN ESCRITA

Se aplican para la corrección de los exámenes escritos de la asignatura y de cualquier entrega de ejercicios escritos tanto en la convocatoria ordinaria como la extraordinaria:

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, desde el curso 2020/21 la Universidad adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.

Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

» BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Para el estudio y preparación de las clases, el principal material de referencia son los apuntes de la asignatura disponibles en el campus virtual. Además, puede utilizarse también la bibliografía recomendada que indique el profesor, que estará disponible para los alumnos en la Biblioteca de la Universidad.

» HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

El horario y el calendario de exámenes puede consultarse en el campus virtual.

El profesor estará a disposición de los alumnos para cualquier duda en el horario de tutoría que él establezca, previa solicitud formal por correo.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía ha sido elaborada según los criterios recogidos en la memoria oficial del Grado.