

## PRONTUARIO

<b>TÍTULO:</b>	Ética y derecho en los medios digitales
<b>CODIFICACIÓN:</b>	MMD 720
<b>PRERREQUISITO</b>	MMD 650 y MMD 660
<b>CRÉDITOS:</b>	3 créditos   45 horas contacto   1 término

## DESCRIPCIÓN

En este curso cubriremos los aspectos éticos y legales relacionados a la creación y ejecución de campañas digitales. Los temas incluyen privacidad, confianza, términos y condiciones, copyright, propiedad intelectual, confidencialidad, difamación y cybersecurity entre otros. Se explorarán estos utilizando casos reales y mirando cómo impactan el contenido en los medios digitales y las relaciones entre organizaciones y audiencias.

## JUSTIFICACIÓN

Los medios digitales están redefiniendo las relaciones entre organizaciones y sus audiencias. Sin embargo, esto trae consigo situaciones sobre ética y derecho que deben considerarse. Este curso también provee una introducción y trasfondo de los riesgos asociados a los medios digitales. Es de suma importancia que cualquier persona que maneje medios digitales tenga este conocimiento y obtenga una perspectiva en cuanto a temas éticos y legales.

## COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- Cuestionamiento crítico
- Sentido ético y justicia social

## OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Entender los aspectos legales relacionados a la creación y ejecución de campañas digitales.
2. Aprender a usar chatbots.
3. Entender las aplicaciones de Artificial Intelligence (AI) que afectan el mercadeo digital.
4. Cómo usar voice search (usando asistentes virtuales como Alexa y Google Home).

## CONTENIDO

- I. Definir ética y conocer las teorías básicas y cómo aplican a los medios digitales
- II. Identificar los elementos importantes de los términos y condiciones de los medios digitales y redes sociales
- III. Demostrar cómo desarrollar confianza en los medios digitales y cómo esta confianza puede perderse
  - A. Honestidad y transparencia de organizaciones
  - B. Confianza
- IV. Cómo establecer y manejar relaciones con la audiencia
  - A. Oportunidades y riesgos
  - B. Cómo asumir responsabilidad
- V. Cómo proteger la reputación y cómo responder a una crisis
- VI. Cómo moderar comentarios
- VII. Data Mining y sus implicaciones éticas
- VIII. Aspectos legales:
  - A. Difamación
  - B. Confidencialidad
  - C. Privacidad
  - D. Copyright y propiedad intelectual
  - E. Marcas
  - F. Fair use
  - G. Derechos de auto

## METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Lecturas asignadas
- Trabajos especiales
- Análisis y discusión de casos
- Reflexión personal
- Dinámicas de grupo
- Películas/documentales
- Noticias
- Artículos de actualidad
- Conferenciantes invitados
- Conferencias grabadas y discusión sobre las mismas en foros virtuales, debates, coloquios o paneles

## EVALUACIÓN

Preparación, participación y discusión en clase	25%
Examen Parcial	20%
Reflexiones personales (2)	20%
Proyecto final	<u>35%</u>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

Daxton, S. (2017), *Social Media and The Law*. Second Edition. Taylor & Francis; New York.  
Garcia, R. (2017) *Social Media Law in a Nutshell*. 1st edition. West Academic Publishing.

## ENLACES CIBERNÉTICOS

<http://blog.klm.com>  
<http://caae.phil.cmu.edu/cavalier/80130/part2/sect7.html>  
<https://www.elnuevodia.com/>  
<http://www.facebook.com>  
<http://www.forbes.com>  
<https://www.theguardian.com/international>  
<http://www.instagram.com>  
<https://knowledge.wharton.upenn.edu/>

<http://www.mashable.com>  
<http://www.marketingprofs.com/>  
<http://npr.org>  
<https://www.sethgodin.com>  
<http://www.socialmediatoday.com/>  
<http://www.socialmediaexaminer.com/>  
<https://www.socialmedialawbulletin.com/>  
<https://storyful.com/>  
<http://www.twitter.com>  
<http://www.wired.com/>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

### **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Estudiantiles:

- Estudiante participante del Programa de Apoyo al Estudiante (PAE) solicitará el servicio en las oficinas del Programa.
- Estudiante que no participa del Programa de Apoyo al Estudiante (PAE) solicitará el servicio en el Centro de Bienestar Integral.

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente.

### **POLÍTICA DE INTEGRIDAD ACADÉMICA:**

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.