



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# GUÍA DOCENTE DE TENDENCIAS DIGITALES Y ECOSISTEMA DIGITAL 2025-26

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	Tendencias digitales y ecosistema digital
<b>Código:</b>	801872
<b>Curso:</b>	2025-2026
<b>Titulación:</b>	Máster Universitario en Comunicación de la Tecnología y la Innovación
<b>N.º de créditos (ECTS):</b>	5
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	1 <sup>er</sup> Cuatrimestre
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Julio 2025
<b>Profesor Responsable:</b>	Prof. Pilar Yépez

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

---

La asignatura “Tendencias digitales y ecosistema digital” proporciona una visión integral y crítica sobre la evolución, los actores, las tecnologías y los retos éticos y sociales que configuran el entorno digital actual. El alumnado analizará cómo las tendencias tecnológicas emergentes transforman la comunicación, explorando desde el comportamiento digital hasta la innovación, la creatividad y la prospectiva.

Se fomenta el análisis de datos, la interpretación de métricas y la anticipación de escenarios futuros para capacitar a los estudiantes en la toma de decisiones estratégicas y responsables en comunicación digital.

## 2. OBJETIVOS

---

La asignatura tiene como objetivo que el estudiante comprenda en profundidad la evolución y estructura del ecosistema digital, así como el impacto de las tecnologías emergentes y los nuevos hábitos de consumo en la comunicación. Se busca que el alumno sea capaz de analizar de manera crítica los principales actores, plataformas y tendencias que configuran el entorno digital, interpretando los retos éticos, sociales y regulatorios que plantea la transformación tecnológica en la sociedad y en las organizaciones.

Al finalizar el curso, el estudiante podrá identificar y anticipar oportunidades y desafíos para la comunicación digital, seleccionar y aplicar herramientas de análisis de datos y métricas relevantes, y desarrollar propuestas innovadoras y creativas adaptadas a los cambios del entorno.

### 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de:

#### Conocimientos

- **K3.1:** Relacionar las tendencias tecnológicas con las oportunidades y los desafíos que presentan para las estrategias de comunicación digital.
- **K5.1:** Describir los desafíos éticos asociados a las tendencias tecnológicas y al ecosistema digital, y resaltar cómo la rápida evolución tecnológica puede generar dilemas éticos específicos.
- **K6.1:** Analizar cómo la comprensión de la estructura y las dinámicas del ecosistema digital es fundamental para abordar desafíos éticos en la comunicación.

#### Habilidades

- **S01:** Comunicar eficazmente de forma oral, escrita y gráfica con otras personas sobre el aprendizaje, la elaboración del pensamiento y la toma de decisiones, y participar en debates, haciendo uso de habilidades interpersonales como la escucha activa y la empatía, que favorecen el trabajo en equipo.
- **S02:** Desarrollar la capacidad de contribuir a la innovación en instituciones y organizaciones empresariales nuevas o existentes, mediante la participación en proyectos creativos y aplicando competencias y conocimientos sobre emprendimiento, organización y desarrollo empresarial de base tecnológica.
- **S03:** Comprender las tecnologías digitales avanzadas, de modo que puedan aplicarse con perspectiva crítica en contextos diversos, en situaciones académicas, profesionales, sociales o personales.
- **S7.1:** Diseñar escenarios futuros de tendencias tecnológicas para representar y predecir su evolución en diferentes contextos, permitiendo una interpretación más profunda de su impacto potencial.

#### Competencias

- **C01:** Integrar los valores de la sostenibilidad, entendiendo la complejidad de los sistemas, con el fin de emprender o promover acciones que restablezcan y mantengan la salud de los ecosistemas y mejoren la justicia, generando así visiones para futuros sostenibles.
- **C02:** Identificar y analizar problemas que requieran tomar decisiones autónomas, informadas y argumentadas, para actuar con responsabilidad social, siguiendo valores y principios éticos.

- **C03:** Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género, para diseñar soluciones.
- **C7.1:** Investigar en profundidad las dinámicas del ecosistema digital para identificar y comprender las innovaciones emergentes y sus implicaciones en la comunicación.
- **C9.1:** Aplicar un análisis crítico de las tendencias tecnológicas y del ecosistema digital, para identificar de manera proactiva las oportunidades y los desafíos comunicativos.

## 4. CONTENIDOS

---

### TEMA 1. ECOSISTEMA DIGITAL

#### Resultados específicos del aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Definir los conceptos clave y componentes del ecosistema digital.
- Analizar la evolución histórica y los hitos tecnológicos.
- Identificar los actores clave y su rol en la comunicación digital.
- Comprender el impacto de la transformación digital en la sociedad y la empresa.

#### Contenidos:

- 1.1. Definición y componentes del ecosistema digital: conceptos clave, agentes, interrelaciones y límites.
- 1.2. Evolución histórica: de la web 1.0 a la web 3.0, hitos tecnológicos y transformación digital.
- 1.3. Actores clave: empresas tecnológicas, plataformas, creadores de contenido, influencers y usuarios.
- 1.4. Transformación digital en la sociedad y la empresa: nuevas formas de organización, consumo y comunicación.

### TEMA 2. COMPORTAMIENTO DIGITAL Y HÁBITOS

#### Resultados específicos del aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Analizar los nuevos hábitos de consumo digital y su impacto en la comunicación.
- Comprender la personalización y experiencia de usuario.
- Interpretar la psicología del consumidor digital.
- Utilizar herramientas para el análisis de datos de audiencia.
- Evaluar los cambios generacionales y la brecha digital.

### **Contenidos:**

- 2.1. Nuevos hábitos de consumo digital: multiscreen, on demand, economía de la atención y micro-momentos.
- 2.2. Personalización y experiencia de usuario: algoritmos de recomendación, segmentación hiperpersonalizada y UX.
- 2.3. Psicología del consumidor digital: motivaciones, sesgos y toma de decisiones en entornos digitales.
- 2.4. Análisis de datos de audiencia: fuentes, métricas y herramientas para comprender el comportamiento digital.
- 2.5. Cambios generacionales y brecha digital: diferencias en usos y acceso a la tecnología.

## **TEMA 3. TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y COMUNICACIÓN**

### **Resultados específicos del aprendizaje**

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Aplicar conocimientos sobre inteligencia artificial en comunicación digital.
- Conocer las plataformas y procesos de automatización.
- Analizar el uso de Big Data y analítica avanzada.
- Comprender aplicaciones de IoT y blockchain en comunicación.
- Explorar experiencias inmersivas y nuevos formatos narrativos.

### **Contenidos:**

- 3.1. Inteligencia artificial aplicada a la comunicación: NLP, chatbots, asistentes virtuales y generación de contenido.
- 3.2. Automatización y plataformas de marketing automation.
- 3.3. Big Data y analítica avanzada: predicción de tendencias, análisis de sentimiento y segmentación.
- 3.4. Internet de las cosas (IoT) y blockchain: aplicaciones en comunicación, trazabilidad y transparencia.
- 3.5. Realidad aumentada, virtual y metaverso: experiencias inmersivas y nuevos formatos narrativos.

## **TEMA 4. PLATAFORMAS, CANALES Y NUEVAS FORMAS DE DISTRIBUCIÓN**

### **Resultados específicos del aprendizaje**

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Identificar los diferentes tipos de plataformas digitales.
- Diseñar estrategias de distribución de contenidos adaptadas a la omnicanalidad.
- Analizar la economía del creador y el papel de influencers y comunidades digitales.
- Comprender las plataformas descentralizadas y tecnologías Web3.
- Explorar nuevos formatos y narrativas digitales.

#### **Contenidos:**

- 4.1. Tipos de plataformas digitales: sociales, audiovisuales, descentralizadas y de mensajería.
- 4.2. Estrategias de distribución de contenidos: omnicanalidad y adaptación a plataformas emergentes.
- 4.3. El futuro del SEO: impacto de la IA, nuevas formas de búsqueda (voz, visual, conversacional), personalización extrema y automatización
- 4.4. Creadores de contenido y economía del creador: influencers, microinfluencers y comunidades digitales.
- 4.5. Nuevos formatos y narrativas: podcasts, streaming, newsletters, realidad aumentada y experiencias interactivas.

## **TEMA 5. ÉTICA, DESAFÍOS Y RETOS SOCIALES**

### **Resultados específicos del aprendizaje**

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Analizar dilemas éticos en la comunicación digital.
- Comprender la normativa de privacidad y protección de datos.
- Evaluar la sostenibilidad y los ODS en la comunicación digital.
- Promover la inclusión, igualdad y reducción de la brecha digital.
- Conocer el marco legal digital y regulación vigente.

#### **Contenidos:**

- 5.1. Dilemas éticos en la comunicación digital: sesgos algorítmicos, manipulación y desinformación.
- 5.2. Privacidad y protección de datos: retos, normativa (GDPR) y transparencia en el uso de datos.
- 5.3. Sostenibilidad y ODS en la comunicación digital: greenwashing, comunicación responsable y métricas de impacto.
- 5.4. Inclusión, igualdad y brecha digital: accesibilidad, género, diversidad y soluciones inclusivas.

- 5.5. Regulación y marco legal digital: propiedad intelectual, derechos de autor y nuevas normativas tecnológicas.

## TEMA 6. ANÁLISIS DE DATOS Y MÉTRICAS EN COMUNICACIÓN DIGITAL

### Resultados específicos del aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Identificar y aplicar KPIs y métricas clave en comunicación digital.
- Utilizar herramientas de análisis y visualización de datos.
- Medir el impacto social y ambiental en comunicación.
- Analizar tendencias y realizar predicciones con IA y Big Data.
- Interpretar críticamente los datos para la toma de decisiones éticas.

### Contenidos:

- 6.1. Principales KPIs y métricas en comunicación digital: earned media, engagement, conversión y reputación.
- 6.2. Herramientas de análisis y visualización de datos: dashboards, social listening y analítica predictiva.
- 6.3. Medición de impacto social y ambiental: métricas ESG y sostenibilidad en comunicación.
- 6.4. Análisis de tendencias y predicción: uso de IA y Big Data para anticipar cambios en el ecosistema.
- 6.5. Interpretación crítica de datos: sesgos, limitaciones y ética en la toma de decisiones basada en datos.

## TEMA 7. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EN COMUNICACIÓN DIGITAL

### Resultados específicos del aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Aplicar técnicas de ideación y metodologías ágiles para la creatividad.
- Innovar en formatos y narrativas digitales.
- Utilizar IA para la producción de contenido digital.
- Integrar tecnologías emergentes en procesos creativos.
- Fomentar una cultura innovadora en equipos y organizaciones.

### Contenidos:

- 7.1. Técnicas de ideación y creatividad: design thinking, brainstorming y metodologías ágiles.
- 7.2. Innovación en formatos y narrativas: storytelling digital, gamificación y experiencias inmersivas.
- 7.3. Producción de contenido digital con la ayuda de la IA.
- 7.4. Integración de tecnologías emergentes en la creatividad: IA, RA/RV y automatización.
- 7.5. Fomento de la cultura innovadora en equipos y organizaciones de comunicación.

## TEMA 8. PROSPECTIVA Y ESCENARIOS FUTUROS EN COMUNICACIÓN DIGITAL

### Resultados específicos del aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Aplicar metodologías de prospectiva para la construcción de escenarios.
- Analizar tendencias y realizar predicciones con IA y Big Data.
- Evaluar factores de cambio en el ecosistema digital.
- Identificar oportunidades y amenazas en la comunicación digital futura.
- Desarrollar competencias para la adaptación estratégica y ética.

### Contenidos

- 8.1. Metodologías de prospectiva: construcción de escenarios, tendencias y análisis de futuros posibles.
- 8.2. Análisis de tendencias y predicción: uso de IA y Big Data para anticipar cambios en el ecosistema.
- 8.3. Factores de cambio en el ecosistema digital: tecnología, sociedad, economía y regulación
- 8.4. Predicción de tendencias tecnológicas y comunicativas: IA, Web3, descentralización, sostenibilidad, nuevas audiencias.
- 8.5. Oportunidades y amenazas para la comunicación digital: anticipación y adaptación estratégica.

## 5. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

---

Se basa en clases expositivas participativas complementadas con la lectura por adelantado de los distintos temas. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en la clase.

Las principales actividades que se realizarán son:

- A lo largo de la asignatura se realizarán actividades como resolución de problemas, participación en debates y resolución de casos.
- Clases prácticas con la participación de los estudiantes, de casos prácticos y/o ejercicios relacionados con los contenidos de la materia.
- Trabajo en grupo/cooperativo con presencia del profesor/a.
- Actividad individual en formato diario de aprendizaje

## 6. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 60% de la nota final se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 40% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

$$\text{NF} = \text{Nota Examen Final} \times 40\% + \text{Nota Evaluación Continuada} \times 60\%$$

Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.

La asignatura queda aprobada con una nota final igual o superior a 50 puntos sobre 100.

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
<b>Entregas:</b>			50 %
Actividad individual	Diario de aprendizaje	30%	
Proyecto final grupal	Observatorio de tendencias de comunicación	50%	
Presentación proyecto	Presentación en clase	20%	
<b>Test:</b>			10%
Test	Test en clase	100%	
<b>Examen final:</b>			40 %
	Examen final	100%	

Se permite el uso de herramientas de inteligencia artificial (IA) siempre que se utilicen como asistente para el aprendizaje, la búsqueda de información, la generación de ideas o la mejora de la redacción. En ningún caso la IA puede emplearse para alcanzar los objetivos principales de la actividad ni para sustituir el trabajo personal del estudiante. El uso de la

IA debe ser siempre complementario y nunca puede suplir la autoría, el análisis crítico ni la originalidad exigida en las actividades evaluables.

Es obligatorio citar de forma explícita en la presentación de la actividad qué herramientas de IA se han utilizado, para qué propósito y cómo han contribuido al desarrollo del trabajo. La omisión de esta información se considerará una falta de integridad académica.

*Ejemplo de cita en formato APA 7ª edición:*

*OpenAI. (2025). ChatGPT (versión del 15 de julio de 2023) [Modelo de lenguaje]. <https://www.openai.com/chatgpt>*

## 7. BIBLIOGRAFÍA.

---

- Dafonte-Gómez, A., & Míguez González, M. I. (Coords.). (2024). *Comunicación digital en la era de la inteligencia artificial*. Dykinson.
- Luoma-aho, V., & Badham, M. (Eds.). (2023). *Handbook on digital corporate communication*. Edward Elgar Publishing.
- Sidorenko Bautista, P. (Coord.). (2024). *Hacia una comunicación accesible en el metaverso*. UOC.
- Torres Toukoumidis, Á., & León Alberca, T. B. (Coords.). (2024). *ComunicAI. La revolución de la Inteligencia Artificial en la Comunicación*. Comunicación Social.
- Wheeler, J. (2020). *The Digital-First Customer Experience: Building a customer-centric culture in a digital-first world*. Kogan Page.