REAL CENTRO UNIVERSITARIO
ESCORIAL - MARÍA CRISTINA

SESIONES Y PROFESORADO DEL CURSO EN CIENCIA DE LA INFORMACIÓN INTANGIBLE Y EL VALOR AÑADIDO DE LA COMUNICACIÓN

Sesión	Título de la sesión	Profesor
1	Introducción general: el nuevo saber de la información intangible. Teoría e impacto real en el mercado actual y de futuro. Por qué la información intangible genera la mayor economía del mundo.	Antxón Sarasqueta
2	Cómo la información intangible genera valor añadido de comunicación que se materializa en beneficios reales en todos los campos.	Antxón Sarasqueta
3	Estudio de los casos de éxito de la información intangible en todos los sectores aplicados por el Modelo VAC ®.	Antxón Sarasqueta
4	La guerra de la información intangible en la era de la desinformación.	Antxón Sarasqueta
5	Origen, historia e impacto del Modelo VAC ® de valor añadido de comunicación como innovación y futuro de la información. Estudios, publicaciones e impactos nacionales e internacionales, en universidades, empresas, y otras instituciones	Antxón Sarasqueta
6	Como se gestiona el Modelo VAC ® de información intangible para procesar, medir y analizar los impactos y resultados. Casos prácticos en la pantalla del funcionamiento del sistema.	Antxón Sarasqueta
7	El 'rol' de los analistas de la información intangible y su nuevo mercado profesional, nacional e internacional. Exposición de cifras, hechos, casos.	Antxón Sarasqueta
8	Cómo cala y domina las mentes y estrategias la información intangible. Teoría y práctica de casos.	Antxón Sarasqueta
9	Qué es la infometría como nuevo conocimiento básico para medir y gestionar los intangibles de información y su valor añadido de comunicación.	Antxón Sarasqueta
10	Lo que hace expertos y analistas de la infometría, de alto valor añadido para los resultados de las organizaciones.	Antxón Sarasqueta
11	Cómo mide la infometría el valor de los intangibles en la normativa europea y de los países de la UE, NIC-38, que determina los balances y cuentas empresariales y organizaciones. El saber del conocimiento técnico y profesional de la norma de intangibles contables (NIC-38) representa un plus de alto valor añadido. Casos prácticos.	Antxón Sarasqueta
12	Valoración real del patrimonio de los intangibles de información	Antxón Sarasqueta
13	La información intangible como laboratorio. Crear procesos de simulación que determinan los resultados finales. Descubrir los conocimientos y técnicas.	Antxón Sarasqueta
14	La información Intangible y las humanidades: ética, casos y aplicaciones	Antxón Sarasqueta
15	Como influye la información intangible en la neurociencia cognitiva: la configuración de un nuevo cerebro que determinan las tendencias de la opinión pública y la sociedad	Antxón Sarasqueta
16	Como la información intangible domina el impacto de los medios de comunicación	Antxón Sarasqueta
17	De la sociedad de la información a la sociedad de la inteligencia artificial. De la sociedad de masas a los ecosistemas digitales y algorítmicos	Eduardo Martínez de la Fe

18	De la sociedad de la información a la sociedad de la inteligencia artificial. La inteligencia artificial como nueva infraestructura de conocimiento y decisión	Eduardo Martínez de la Fe
19	De la sociedad de la información a la sociedad de la inteligencia artificial. Transformación de la comunicación, la cultura y la opinión pública	Eduardo Martínez de la Fe
20	De la sociedad de la información a la sociedad de la inteligencia artificial. La próxima frontera tecnológica y la gestión de la incertidumbre	Eduardo Martínez de la Fe
21	IA, sistemas complejos e incertidumbre: cómo se transforma la decisión. La complejidad como marco para comprender los sistemas sociales y de información	Eduardo Martínez de la Fe
22	IA, sistemas complejos e incertidumbre: cómo se transforma la decisión. La IA como herramienta para interpretar la complejidad y apoyar la decisión	Eduardo Martínez de la Fe
23	IA, sistemas complejos e incertidumbre: cómo se transforma la decisión. Prospectiva y decisión en entornos de incertidumbre	Eduardo Martínez de la Fe
24	IA, sistemas complejos e incertidumbre: cómo se transforma la decisión. Caso Práctico. Capacidades, límites y aplicación responsable de la IA en la toma de decisiones	Eduardo Martínez de la Fe
25	Información, influencia y confianza en la era algorítmica. La nueva ecología informativa y las nuevas formas de influencia	Eduardo Martínez de la Fe
26	Información, influencia y confianza en la era algorítmica. Confianza y credibilidad en un entorno informativo vulnerable	Eduardo Martínez de la Fe
27	Información, influencia y confianza en la era algorítmica. El futuro de la esfera pública en la era de la información automatizada	Eduardo Martínez de la Fe
28	Información, influencia y confianza en la era algorítmica. Caso Práctico. Ética, gobernanza y responsabilidad en el uso de la inteligencia artificial	Eduardo Martínez de la Fe
29	Taller de prospectiva: escenarios y estrategias ante la IA. Reputación, comunicación y periodismo en la era de la IA	Eduardo Martínez de la Fe
30	Taller de prospectiva: escenarios y estrategias ante la IA. Automatización y agentes inteligentes en las organizaciones	Eduardo Martínez de la Fe
31	Taller de prospectiva: escenarios y estrategias ante la IA. Desinformación, contenidos sintéticos y protección de la confianza	Eduardo Martínez de la Fe
32	Taller de prospectiva: escenarios y estrategias ante la IA. IA, sostenibilidad y transformación sectorial	Eduardo Martínez de la Fe
33	Razonamiento complejo e inteligencia artificial: casos de usos reales y experimentales para apoyar la toma de decisiones (I)	Luis Martín
34	Razonamiento complejo e inteligencia artificial: casos de usos reales y experimentales para apoyar la toma de decisiones (II)	Luis Martín
35	Ética y gobernanza de la inteligencia artificial: criterios para una adopción responsable y la protección de la confianza (I)	Equipo Idoia Salazar
36	Ética y gobernanza de la inteligencia artificial: criterios para una adopción responsable y la protección de la confianza (II)	Equipo Idoia Salazar
37	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS INTERNACIONALES: Naciones Unidas, Banco Mundial	Juan Díez Nicolás
38	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS INTERNACIONALES: Unión Europea, OECD	Juan Díez Nicolás
39	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS INTERNACIONALES: Indices Internacionales: PRB Population Data Sheet, HDI Human Development	Juan Díez Nicolás

40	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS INTERNACIONALES: CPI Transparency International, DI Varios índices sobre Democracia	Juan Díez Nicolás
41	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS NACIONALES: Instituto Nacional de Estadística (INE): Población	Juan Díez Nicolás
42	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS NACIONALES: INE: Economía	Juan Díez Nicolás
43	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS NACIONALES: Banco de España	Juan Díez Nicolás
44	FUENTES DE DATOS ESTADÍSTICOS NACIONALES: Delegaciones del INE en los Ministerios	Juan Díez Nicolás
45	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA INTERNACIONALES: World Values Survey (WVS)-European Values Survey (EVS)	Juan Díez Nicolás
46	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA INTERNACIONALES: International Social Survey Program (ISSP),	Juan Díez Nicolás
47	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA INTERNACIONALES: Comparative Study of Electoral Systems (CSES), European Social Survey	Juan Díez Nicolás
48	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA INTERNACIONALES: BAROMETROS INTERNACIONALES: Euro, Latino, Afro, Asia, Arab	Juan Díez Nicolás
49	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA NACIONALES: Instto. de la Opinión Pública (IOP)-Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)	Juan Díez Nicolás
50	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA NACIONALES: Real Instituto Elcano	Juan Díez Nicolás
51	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA NACIONALES: ASEP-JDS	Juan Díez Nicolás
52	BANCOS DE DATOS DE ENCUESTA NACIONALES: Centros de Estudios de Opinión Regionales: País Vasco, Cataluña, Andalucía	Juan Díez Nicolás
53	LA INVESTIGACIÓN PARA LA INFORMACIÓN: El Método Científico. El Diseño de la Investigación	Juan Díez Nicolás
54	LA INVESTIGACIÓN PARA LA INFORMACIÓN: Medición y Clasificación de los Datos	Juan Díez Nicolás
55	LA INVESTIGACIÓN PARA LA INFORMACIÓN: Explicación e Interpretación de los datos	Juan Díez Nicolás
56	LA INVESTIGACIÓN PARA LA INFORMACIÓN: Análisis Descriptivo. Análisis Explicativo	Juan Díez Nicolás
57	La Comunicación Intangible y las Humanidades en el parteaguas de la Nueva Era Civilizatoria. Fundamentos y evolución de la Información Intangible	Manuel Soriano
58	Comunicación Intangible y Humanidades. De la información profesionalizada a la información de permeabilidad masiva	Manuel Soriano
59	Comunicación Intangible y Humanidades. Nuevos actores y dinámicas de generación de Información Intangible	Manuel Soriano
60	Comunicación Intangible y Humanidades. Información Intangible como generadora de conductas y consumos	Manuel Soriano
61	Comunicación Intangible y Humanidades. La verdad, la responsabilidad moral y la dignidad humana como principios y criterios fundamentales para el ejercicio de la comunicación.	Manuel Soriano
62	Comunicación Intangible y Humanidades. La manipulación informativa profesionalizada basada en datos falsos o tergiversados con fines doctrinarios.	Manuel Soriano
63	Comunicación Intangible y Humanidades. La triada oscura de la manipulación política: el maquiavelismo, el narcisismo y la psicopatía.	José Manuel Canales
64	Comunicación Intangible y Humanidades. El populismo y la polarización social, fenómenos crecientes en la Nueva Era de la Comunicación.	José Manuel Canales

65	Comunicación Intangible y Humanidades. La vacuna protectora de los “virus mentales” mediáticos (ideas, rutinas, entretenimientos…) que corroen la inteligencia humana.	Manuel Soriano
66	Comunicación Intangible y Humanidades. Sistema inmunológico cerebral cognitivo para no enfermar mentalmente con tópicos, modas y desinformación.	Manuel Soriano
67	Comunicación Intangible y Humanidades. El valor añadido de la fiabilidad informativa: la ética es más rentable económicamente. Sin credibilidad no hay negocio	Manuel Soriano
68	Comunicación Intangible y Humanidades. El riesgo a que le Verdad se convierta en indemostrable y sea aceptado sistémicamente en el mundo del relativismo en valores.	Manuel Soriano
69	Comunicación Intangible y Humanidades. Del réquiem por la profesión periodística original al aleluya por el Nuevo Periodismo Digital.	Manuel Soriano
70	Comunicación Intangible y Humanidades. El periodismo de calidad, basado en profesionales de formación humanística y digital, es más necesario que nunca.	Manuel Soriano
71	Comunicación Intangible y Humanidades. Diario digital “El Debate”, un caso de éxito del Valor Añadido de la Comunicación, medible por el Modelo VAC.	Bieto Rubido
72	Comunicación Intangible y Humanidades El rescate y crecimiento de la vieja cabecera fundada por Angel Herrera Oria en 1907 viable profesional y culturalmente para el siglo XXI.	Alfonso Bullón de Mendoza
73	Guerra y dominio cognitivo (I)	Federico Aznar
74	Guerra y dominio cognitivo (II)	Federico Aznar
75	Prospectiva de los nuevos cambios de la información intangible y el valor añadido de la comunicación para directivos y profesionales	Gonzalo Múzquiz
76	La experiencia y el futuro de la gestión de la información y la comunicación para directivos	José Luis Sotoca
77	Seguridad e información (I) t.b.c.	Luis de Sebastian Quetglas
78	Seguridad e información (II) t.b.c.	Luis de Sebastian Quetglas
79	Sostenibilidad e información ¿Un mundo intangible?	Luis de la Torre Palacios
80	Innovación y nuevas tecnologías. Una visión de la información intangible	Manuel Zahera
81	La dirección general de la comunicación en las empresas (DIRCOM)	Miguel López Quesada
82	Los nuevos directivos de la comunicación (DIRCOM)	Directivo DIRCOM
83	La aplicación empresarial de la información intangible y el valor añadido de la comunicación	Casas Novas
84	La experiencia del proyecto del valor añadido de la comunicación en el mundo del valor añadido y directivo	Casas Novas
85	La información que crea valor de excelencia	Directivo DIRCOM
86	El éxito de la información excelente. Casos de empresas e instituciones	Directivo DIRCOM
87	Los modelos estratégicos en la política exterior (I)	Florentino Portero
88	Los modelos estratégicos en la política exterior (II)	Florentino Portero
89	La información intangible en el proceso del análisis de la inteligencia	José María Treviño
90	La experiencia en el análisis de la seguridad e inteligencia militar	José María Treviño
91	Claves del análisis de la inteligencia	José María Treviño
92	El futuro en el análisis de la inteligencia	José María Treviño