

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	4	0

### Professor de contacte

Nom: Oscar Coromina Rodríguez

Correu electrònic: Oscar.Coromina@uab.cat

### Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

### Prerequisits

Assignatura de quart curs del grau de periodisme. Cal que els estudiants siguin solvents en l'ús de plataformes de publicació de continguts a Internet. Bona part de la bibliografia és en anglès pel que també es fa necessari un bon nivell de lectura en aquesta llengua.

### Objectius

Adquirir coneixements bàsics i actuals en les disciplines adjacents a la creació de continguts digitals: disseny, publicació, analítica web, atracció de trànsit en cercadors (SEO) i xarxes socials (SMO) i generació de negoci.

Adquirir un major coneixement dels aspectes tecnològics vinculats a publicació i difusió de continguts digitals.

Desenvolupar una major cultura digital tocant tant la vessant més teòrica com la més pràctica.

Introduir-se en l'ús d'eines d'analítica web, SEO i SMO així com en les funcionalitats pròpies dels gestors de continguts professionals.

### Competències

- Aplicar el mètode científic adequadament, plantejar hipòtesis relatives a la comunicació periodística, validar i verificar les idees i els conceptes, i ressenyar correctament les fonts.
- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

### Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar de manera transversal els mètodes científics en l'anàlisi de la relació entre canvi tecnològic, el canvi social i accessibilitat als mitjans.
2. Aplicar el pensament científic amb rigor.
3. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
4. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
5. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
6. Establir relacions entre el coneixement comunicatiu i les ciències socials, humanes i tecnològiques en procés d'implementació d'estratègies i polítiques de comunicació.
7. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
8. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
9. Valorar els impactes socials de la mediació tecnològica en la comunicació contemporània.

## Continguts

1. Continguts i Cultura Digital.
2. Tecnologies de publicació.
3. Disseny, usabilitat i Arquitectura de la Informació.
4. Analítica Web.
5. Atracció de trànsit d'usuaris.
  - 5.1 Cercadors (Search Engine Optimization)
  - 5.2 Xarxes Socials (Social Media Optimization)
6. Continguts digitals i models de negoci.

## Metodologia

### Activitats dirigides

- a) Classes magistrals: Explicació dels conceptes teòrics i pràctics que integren el programa.
- b) Seminaris pràctics: Durant el curs els estudiants treballaran en grup gestionant una publicació digital assumint les tasques de creació, publicació, difusió i medició de resultats. Els seminaris pràctics serviran per fer-ne seguiment i analitzar els resultats obtinguts.

### Activitats supervisades

- a) Tutories presencials individuals o en grup. La finalitat és resoldre problemes d'aprenentatge i resoldre dubtes.

### Activitats autònomes

- a) Estudi: lectura i síntesi de textos de històrics, científics i divulgatius.
- c) Gestió d'una publicació digital: creació de continguts, publicació i difusió.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
<b>Tipus: Dirigides</b>			
Classes Magistrals	34	1,36	1, 4, 6, 7, 8, 9

Seminaris pràctics	17	0,68	3, 7, 8
<b>Tipus: Supervisades</b>			
Tutories	9	0,36	2, 3, 7, 8
<b>Tipus: Autònomes</b>			
Estudi	40	1,6	1, 2, 4, 6, 9
Gestió d'una publicació digital	50	2	3, 5, 7, 8

## Avaluació

L'avaluació de l'assignatura es realitzarà a partir de 3 eixos: la realització dels examens teòrics, el seguiment dels seminaris i el treball corresponent a la gestió de la publicació digital.

El treball corresponent a la gestió de la publicació digital ponderarà un 60%, els dos examens teòrics (el primer ponderarà un 10% i el segon un 20%) i els seminaris un 10%.

D'acord amb la normativa de la facultat els estudiants que hagin no superin la part teòrica i obtinguin un mínim de 3 sobre 10 tindran dret a un examen de reavaluació.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examens	30%	0	0	1, 2, 4, 6, 9
Seminaris	10%	0	0	1, 4, 6, 8, 9
Treball	60%	0	0	2, 3, 4, 5, 7, 8

## Bibliografia

- Anderson, C.** La Economía long tail : de los mercados de masas al triunfo de lo minoritario (2007). Barcelona : Urano
- Barabási, A.I.** Linked: The New Science of Networks, 2002
- Bolter, J.D., Grusin, R.;** Remediation, understanding new media. Cambridge (2000). MIT Press
- Boyd, D.M., Ellison, N. B.,** Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship (2007)  
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Franquet, R., Soto, M.T., Ribes, F.X. i Fernández, D.** Assalt a la Xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació en català. Col·legi de Periodistes, 2005.
- Gillmor, D.** We the Media. Grassroots Journalism by the People for the People. O'reilly, 2004.
- Himanen, P.** L'Ètica del hacker i l'esperit de l'era de la informació (2003) Barcelona. Pòrtic : UOC
- Kaushik, A.,** Web analytics: An hour a day. (2007). Sybex.
- Kelly, K.** New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World (1999). New York: Penguin Press
- Kelly, K.** What Technology Wants (2010). New York; Viking Press
- Kaushik, A.,** Web analytics 2.0. (2010). Sybex.
- Krug, S.** Don't Make Me Think, A Common Sense Approach to Web Usability, (2005) New Riders
- Lessig, L.** El código 2.0. (2009) Ed. Tráficantes de sueños  
[http://www.traficantes.net/index.php/trafis/content/download/25950/245538/file/codigo%202.0-completo\\_donacion.pdf](http://www.traficantes.net/index.php/trafis/content/download/25950/245538/file/codigo%202.0-completo_donacion.pdf)
- Manovich, L.** (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital.

Paidós: Barcelona

**Markoff, J.** What the Dormouse Said: How the 60s Counterculture Shaped the Personal Computer Industry (2005) Viking.

**Levy, S.** Hackers : heroes of the computer revolution (2001) New York: Penguin Books

**Levy, S.** In the plex: how google thinks, works, and shapes our lives (2011) New York: Simon & Schuster

**Pariser, E.** The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You, ( (2011) New York: Penguin Press

**Ribes, X.** La Web 2.0..El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. En Revista Telos no 73, Madrid Fundación Telefónica, 2007.

<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=73.htm>

**Surowiecki, J.** The wisdom of crowds (2005) New York : Anchor, cop.

**Wiener, N.** Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas (1985) Barcelona : Tusquets.

**VV.AA.** Google Search Engine Optimization Starter Guide

[http://static.googleusercontent.com/external\\_content/untrusted\\_dlcp/www.google.com/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf](http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.com/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf)