

**Gestió de Continguts i Usabilitat en Mitjans
Interactius Generats pels Usuaris**

Codi: 103043

Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
2501928 Comunicació Audiovisual	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 comunicació audiovisual. Cal que els estudiants estiguin mínimament familiaritzats 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, usabilitat, 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 pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- 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 i les elaboracions conceptuals, així com el seu valor per a la pràctica professional.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
3. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
4. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
5. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
6. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
7. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
8. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
9. Gestionar el temps de manera adequada.
10. Identificar els principis teòrics de la producció i el consum audiovisuals.
11. Valorar els impactes socials de la mediació tecnològica en la comunicació contemporània.

Continguts

1. Continguts i Cultura Digital.
2. Tecnologies de publicació: De l'HTML als CMS.
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.
- b) Seminaris: treball en grup i/o activitats de seguiment d'una publicació digital.
- c) Pràctiques de laboratori: gestió d'una publicació digital.

Activitats supervisades

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

Activitats autònomes

- a) Estudi: lectura i síntesi de textos de històrics, científics i divulgatius.
- b) Visionat de materials audiovisuals i multimèdia.
- c) Gestió d'una publicació digital.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes Magistral	15	0,6	10
Pràctiques de laboratori	22,5	0,9	1, 2, 3, 5, 9, 10
Seminaris	15	0,6	2, 3, 5, 9, 10
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	3, 5, 6
Tipus: Autònomes			
Estudi	32,5	1,3	1, 2, 3, 5, 9, 10
Gestió d'una publicació digital	30	1,2	2, 3, 4, 8, 9
Visionat de materials	20	0,8	5, 6

Avaluació

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

Els alumnes que suspenguin l'examen teòric amb una nota mínima d'un 3 sobre 10 tenen dret a reavaluació.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Exàmens	30	3	0,12	1, 2, 3, 4, 6, 7, 10, 11
Pràctica	60	1,5	0,06	2, 3, 4, 8, 9, 11
Seminaris	10	3	0,12	1, 2, 5, 6, 8, 10, 11

Bibliografia

Anderson, C. La Economía long tail : de los mercados de masas al triunfo de lo minoritario (2007), Barcelona : Urano.

Barabási, Albert-László, Linked: The New Science of Networks (2002).

Boyd, D.M., Ellison, N. B., Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship (2007).
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Bolter, J.D., Grusin, R. Remediation, understanding new media (2000). Cambridge. MIT Press.

Franquet, R., Soto, M.T., Ribes, F.X. i Fernández, D. Assalt a la Xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació en català (2005), Col·legi de Periodistes.

Gillmor, D. We the Media. Grassroots Journalism by the People for the People (2004), O'reilly.

Himanen, Pekka. 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.

Kevin Kelly. What Technology Wants (2010). New York; Viking Press.

Kaushik, A., Web analytics2.0. (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

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

Manovich, L. El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital (2005). Paidós: Barcelona

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.

Rogers, R. Digital Methods (2013) Cambridge (Massachusetts): MIT Press.

Shifman, L. Memes in Digital Culture (2014) Cambridge (Massachusetts): MIT Press.

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