

Gestió de Continguts Digitals

Codi: 103097
Crèdits: 6

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: anglès (eng)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

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.

Apròximadament el 70% de les activitats docents es realitzaran en anglès pel que es fa del tot imprescindible un bon nivell d'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
Tipus: Dirigides			

Classes Magistral	34	1,36	1, 4, 6, 7, 8, 9
Seminaris pràctics	17	0,68	3, 7, 8
Tipus: Supervisades			
Tutories	9	0,36	2, 3, 7, 8
Tipus: Autònomes			
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/f>

ile/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>

Shifman, L. Memes in Digital Culture, (2013). Cambridge. MIT Press.

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