

**Gestión de Contenidos y Usabilidad en Medios Interactivos Generados por los Usuarios**

Código: 103043  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OT	4	0

## Contacto

Nombre: Oscar Coromina Rodríguez  
Correo electrónico: Oscar.Coromina@uab.cat

## Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)  
Algún grupo íntegramente en inglés: No  
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí  
Algún grupo íntegramente en español: No

## Prerequisitos

Asignatura de cuarto curso del grado de comunicación audiovisual. Es necesario que los estudiantes estén familiarizados con el uso de plataformas de publicación de contenidos en Internet. Buena parte de la bibliografía es en inglés, por lo que se hace necesario un buen nivel de lectura en esta lengua.

## Objetivos y contextualización

Adquirir conocimientos básicos y actuales en las disciplinas adyacentes a la creación de contenidos digitales: diseño, usabilidad, publicación, analítica web, atracción de tráfico en buscadores (SEO) y redes sociales y generación de negocio.

Adquirir un mayor conocimiento de los aspectos tecnológicos vinculados a la publicación y difusión de contenidos digitales.

Desarrollar una mayor cultura digital en lo teórico y en lo práctico.

Introducirse en el uso de herramientas de analítica web, SEO y SMO, así como en las funcionalidades avanzadas de los gestores de contenidos profesionales.

## Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales así como su valor para la práctica profesional.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.

- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

## Resultados de aprendizaje

1. Analizar la dimensión económica de los medios de comunicación.
2. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
3. Aplicar los principios teóricos al análisis de los procesos audiovisuales.
4. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
5. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
6. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
7. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
8. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
9. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
10. Fundamentar las corrientes semióticas contemporáneas y aplicarlas a la comunicación y al periodismo.
11. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
12. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
13. Identificar los fenómenos y plantear los problemas teóricos relativos a la comunicación audiovisual.
14. Identificar los principios teóricos de la producción y consumo audiovisual.
15. Valorar los impactos sociales de la mediación tecnológica en la comunicación contemporánea.

## Contenido

1. Contenidos y Cultura Digital.
2. Tecnologías de publicación. Del HTML a los CMS.
3. Diseño, usabilidad y Arquitectura de la Información.
4. Analítica Web.
5. Atracción de tráfico de usuarios.
  - 5.1 Buscadores (Search Engine Optimization)
  - 5.2 Plataformas sociales (Social Media Optimization)
6. Contenidos digitales y modelos de negocio.

## Metodología

### Actividades dirigidas

- a) Clases magistrales: explicación de los conceptos teóricos y prácticos.
- b) Seminarios: trabajo en grupo y/o actividades de seguimiento de una publicación digital.
- c) Prácticas de laboratorio: gestión de una publicación digital.

### Actividades supervisadas

- a) Tutorías presenciales individuales o en grupo.

### Actividades autónomas

- a) Estudio: lectura y síntesis de textos históricos, científicos y divulgativos.
- b) Visionado de materiales audiovisuales.
- c) Gestión de una publicación digital.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases magistrales	15	0,6	1, 2, 3, 6, 8, 10, 13, 14, 15
Prácticas de laboratorio	22,5	0,9	4, 5, 7, 8, 9, 12
Seminarios	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutorías	7,5	0,3	1, 3, 6, 8, 10, 13, 14, 15
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Estudio	32,5	1,3	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 15
Gestión de una publicación digital	30	1,2	1, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 15
Visionado de materiales	20	0,8	1, 3, 4, 5, 7, 10, 12, 13, 14, 15

## Evaluación

La evaluación se realizará a partir de 3 ejes: exámenes de teoría, seminarios y la práctica de gestión de una publicación digital.

Los estudiantes que suspendan los exámenes de teoría con una nota mínima de 3 sobre 10 tienen derecho a re-evaluación.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Exámenes	30	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 15
Práctica	60	1,5	0,06	1, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 15
Seminarios	10	3	0,12	1, 2, 3, 4, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

## Bibliografía

Anderson, Chris. 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, Danah, Ellison, Nicole, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship (2007).  
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Bolter, Jay David, Grusin, Richard. Remediation, understanding new media (2000). Cambridge. MIT Press.

Franquet, Rosa, Soto, Maria Teresa, Ribes, Francesc Xavier i Fernández, David Assalt a la Xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació en català (2005), Col·legi de Periodistes.

Gillmor, Dan. 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.

Jenkins, Henry. Convergence Culture (2006). New York University Press.

Kaushik, Avinash., Web analytics: An hour a day (2007), Sybex.

Kaushik, Avinash. Web analytics2.0. (2010). Sybex.

Kelly, Kevin. New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World (1999). New York: Penguin Press.

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

Krug, Steve. Don't Make Me Think, A Common Sense Approach to Web Usability (2005) New Riders.

Krug, Steve. Rocket Surgery Made Easy (2010). New Riders

Lessig, Lawrence El código 2.0. (2009) Ed. Tráficantes de sueños.

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

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

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

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

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

Ribes, Xavier. 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>

Scolari, Carlos Alberto. Las leyes de la interfaz (2017). Gedisa

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

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

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

Wiener, Norbert. Cibernética o el control y comunicación en animalesy 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](http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.com/en//webmasters)