

Gestión y Creación de Contenidos para Redes Sociales

Código: 104787

Créditos ECTS: 6

| Titulación | Tipo | Curso | Semestre |
|--|------|-------|----------|
| 2503868 Comunicación de las Organizaciones | OB | 2 | 2 |

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Cristina Pulido Rodriguez

Correo electrónico: Cristina.Pulido@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Equipo docente

Santiago Tejedor Calvo

Xavier Ortúñoz Iserte

Prerequisitos

El estudiante deberá presentar un dominio de la ofimática y un manejo avanzado de la navegación por la red. Se recomienda un uso básico de las principales redes sociales.

Objetivos y contextualización

1. Conocer las claves de la gestión de las redes sociales para la difusión de contenidos.
2. Aprender los fundamentos para la escritura de la red.
3. Analizar las herramientas pertinentes para el posicionamiento de contenidos.

Competencias

- Adaptar la comunicación generada por la propia organización al lenguaje de los medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y de documento útil para la elaboración de mensajes.
- Concebir, planificar y ejecutar proyectos de comunicación sobre la organización en todo tipo de soportes para los públicos internos y externos de la misma.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
2. Elaborar documentos sonoros y audiovisuales para ser enviados a los periodistas de los mass-media o para ser incluidos en los propios medios de la organización.
3. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de la asignatura.
4. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
5. Producir y gestionar contenidos informativos para redes sociales de todo tipo.
6. Realizar actividades comunicativas escritas, sonoras, audiovisuales y digitales.
7. Reconocer la virtualidad y los límites de la libertad de expresión al producir documentos informativos en y para cualquier tipo de soporte.
8. Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.

Contenido

- 1) Comunicación, organizaciones y redes sociales.
- 2) Redes sociales: Características, potencialidades y uso avanzado.
- 3) Ecosistema digital: Concepción, diseño y gestión.
- 4) Fundamentos de la escritura para internet.
- 5) Contenidos y redes (I): de la información a la promoción.
- 6) Contenidos y redes (II): del inbound marketing al storytelling.
- 7) Redes sociales y crisis comunicativas.
- 8) Posicionamiento de contenidos.
- 9) Audiencias digitales.
- 10) Estudios de casos.

Metodología

La metodología de la asignatura se basa principalmente en prácticas (comentarios, reseñas, prácticas, etc) y sesiones teóricas. El peso pero de la asignatura recaerá más en la parte práctica.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Actividades

| Título | Horas | ECTS | Resultados de aprendizaje |
|--------|-------|------|---------------------------|
|--------|-------|------|---------------------------|

Tipo: Dirigidas

| | | | |
|-----------------------------------|----|------|------------------------|
| Sesiones teóricas | 15 | 0,6 | 1, 3 |
| Tipo: Supervisadas | | | |
| Prácticas | 33 | 1,32 | 2, 4, 5, 6, 7, 8 |
| Tutorías proyectos | | | |
| Tipo: Autónomas | | | |
| Estudio y preparación actividades | 20 | 0,8 | 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 3 |

Evaluación

La evaluación de la asignatura tendrá dos partes claramente diferenciadas y se tendrán que aprobar todas:

- 1) Las actividades de aprendizaje (60%): Prácticas, comentarios, reseñas, etc.
- 2) La valoración de los contenidos teóricos (40%): tests y exámenes.

La asignatura consta de las actividades de evaluación siguientes:

Actividad A: Exámenes, 40% sobre la calificación final.

Actividad B: Prácticas, 40% sobre la calificación final.

Actividad C: Proyecto, 20% sobre la calificación final.

Para poder aprobar la asignatura, habrá que sacar una nota mínima de 5 en las actividades A, B y C.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades el peso de las cuales equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad,...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Actividades de evaluación

| Título | Peso | Horas | ECTS | Resultados de aprendizaje |
|-----------|------|-------|------|---------------------------|
| Examen | 40 | 4 | 0,16 | 1, 7, 3 |
| Proyecto | 20 | 28 | 1,12 | 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 3 |
| Prácticas | 40 | 35 | 1,4 | 2, 4, 5, 6, 8 |

Bibliografía

AA.VV. (2014). *Escribir para la Red: Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'*. Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación.

CAMUS, JUAN CARLOS (2009). *Gestión de contenidos digitales. Tienes 5 segundos*. Link: <https://blogdelmedio.com//wp-content/uploads/2010/03/juan-carlos-camus- tienes-5-segundos-libro.pdf>

HOHMANN, James (2011). *Las 10 mejores prácticas para medios sociales. Guías útiles para las organizaciones periodísticas*. ASNE (American Society of News Editors)

JARABA, GABRIEL (2015). *Twitter para periodistas: cómo usar con profesionalidad el microblogging para sacar partido de la red*. Barcelona: UOC

JARABA, GABRIEL (2017). YouTuber: Cómo crear vídeos de impacto y triunfar con ellos en internet. Ma Non Troppo.

SALAVERRÍA, RAMON. (2019). Periodismo digital:25 años de investigación. Artículo de revisión. *El Profesional de La Información*,28(1), 1-27. Link:<https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/69729/42172>

VARELA, JUAN (2009). "El periodista como red social". Periodistas21. Link: <http://periodistas21.blogspot.com/2009/03/el-periodista-como-red-social.htm>

*** Durante el curso se trabajará con materiales derivados de sitios webs, cibermedios y blogs especializados.