

Gestió i Creació de Continguts per a Xarxes Socials

Codi: 104787

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	2	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Cristina Pulido Rodriguez

Correu electrònic: Cristina.Pulido@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Equip docent

Santiago Tejedor Calvo

Xavier Ortuño Iserte

Prerequisits

L'estudiant haurà de presentar un domini de l'ofimàtica i un maneig avançat de la navegació per la xarxa. Es recomana un ús bàsic de les principals xarxes socials.

Objectius

1. Conèixer les claus de la gestió de les xarxes socials per a la difusió de continguts.
2. Aprendre els fonaments per a l'escriptura de la xarxa.
3. Analitzar les eines pertinents per al posicionament de continguts.

Competències

- Adaptar la comunicació generada per la pròpia organització al llenguatge dels mitjans de comunicació tradicionals i digitals.
- Cercar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i de document útil per a l'elaboració de missatges.
- Concebre, planificar i executar projectes de comunicació sobre l'organització en tot tipus de suports per als públics interns i externs.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Contrastar i verificar la veracitat de les informacions aplicant criteris de valoració.
2. Elaborar documents sonors i audiovisuals per enviar-los als periodistes dels mass-media o per incloure'ls als propis mitjans de l'organització.
3. Presentar els treballs de l'assignatura en els terminis previstos i mostrar-ne la planificació individual o grupal aplicada.
4. Produir i gestionar continguts informatius per a xarxes socials de tot tipus.
5. Realitzar activitats comunicatives escrites, sonores, audiovisuals i digitals.
6. Reconèixer la virtualitat i els límits de la llibertat d'expressió en la producció de documents informatius en i per a qualsevol tipus de suport.
7. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.
8. Trobar el que és substancial i rellevant en documents de l'assignatura.

Continguts

- 1) Comunicació, organitzacions i xarxes socials.
- 2) Xarxes socials: Característiques, potencialitats i ús avançat.
- 3) Ecosistema digital: Concepció, disseny i gestió.
- 4) Fonaments de l'escriptura per a internet.
- 5) Continguts i xarxes (I): de la informació a la promoció.
- 6) Continguts i xarxes (II): del inbound màrqueting al storytelling.
- 7) Xarxes socials i crisis comunicatives.
- 8) Posicionament de continguts.
- 9) Audiències digitals.
- 10) Estudis de casos.

Metodologia

La metodologia de l'assignatura es basa principalment en pràctiques (comentaris, ressenyes, pràctiques, etc) i sessions teòriques. El pes però de l'assignatura recaurà més en la part pràctica.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informará dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Pràctiques	33	1,32	2, 3, 4, 5, 6, 7
Sessions teòriques	15	0,6	1, 8
Tipus: Supervisades			
Tutories projectes	15	0,6	3, 4
Tipus: Autònomes			
Estudi i preparació activitats	62	2,48	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura tindrà dues parts clarament diferenciades i s'hauran d'aprovar totes:

- 1) Les activitats d'aprenentatge (60%): Pràctiques, comentaris, ressenyes, etc.
- 2) La valoració dels continguts teòrics (40%): test i examens.

L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

- Activitat A: Examens, 40% sobre la qualificació final.
- Activitat B: Pràctiques, 40% sobre la qualificació final.
- Activitat C: Projecte, 20% sobre la qualificació final.

Per poder aprovar l'assignatura, caldrà treure una nota mínima de 5 en les activitats A, B i C.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	40	3	0,12	1, 6, 8
Projecte	20	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Pràctiques	40	12	0,48	2, 3, 4, 5, 7

Bibliografia

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>

***Durant el curs es treballarà amb materials derivats de llocs de web, cibermitjans i blogs especialitzats.

Programari

Programari bàsic d'ofimàtica, domini de xarxes socials i gestió continguts blogs