

Titulación	Tipo	Curso
2503873 Comunicación Interactiva	OT	4

Contacto

Nombre: Beatriz Villarejo Carballido

Correo electrónico: beatriz.villarejo@uab.cat

Equipo docente

Beatriz Villarejo Carballido

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

No hay ningún prerrequisito

Objetivos y contextualización

1. Elaborar contenidos digitales incluyendo la perspectiva de género, diversidad cultural, y los derechos humanos basados principalmente en evidencias científicas.
2. Conocer herramientas de planificación, gestión y distribución de contenidos digitales en diversos formatos.
3. Aprender a utilizar métodos de medición de impacto de contenidos digitales cuantitativos, cualitativos bajo el criterio de impacto social.
4. Aplicar criterios éticos fundamentales en la elaboración, distribución y medición de contenidos digitales.
5. Planificar y ejecutar trabajos académicos sobre la gestión de contenidos digitales.
6. Analizar big data de webs y aplicaciones, así como informes de datos de internet y móviles.
7. Aprender a elaborar proyectos innovadores de gestión de contenidos digitales identificando riesgos, oportunidades, y soluciones de mejora.

Competencias

- Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Planificar, aplicar, analizar y evaluar campañas de marketing digital en los medios sociales e implementar sistemas de automatización en la gestión.
- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Analizar informes de datos de internet y móviles.
3. Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
4. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
5. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
6. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
7. Crear estrategias de medición.
8. Crear y editar contenidos multimedia y diseño de plantillas.
9. Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.
10. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
11. Interpretar el big data de webs y las aplicaciones.
12. Interpretar los resultados de crear contenidos basados en el pensamiento científico.
13. Planificar y ejecutar trabajos académicos sobre la gestión de contenidos digitales.
14. Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
15. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
16. Proponer nuevas maneras de medir el éxito o el fracaso de la implementación de propuestas o ideas innovadoras.
17. Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
18. Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
19. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
20. Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
21. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.
22. Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.

Contenido

Unidad 1. Tipología de contenidos digitales y fuentes. Forma y contenido, el sentido de comunicar.

Unidad 2. Planificación, gestión y distribución de contenidos digitales en múltiples plataformas.

Unidad 3. Medición del impacto del contenido digital, medidas cuantitativas y cualitativas e impacto social..

Unidad 4. Inclusión de la perspectiva de género y diversidad cultural en los contenidos digitales.

Unidad 5. Creación, usabilidad y adaptación de contenidos en distintos soportes.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Sesiones prácticas	33	1,32	3, 5, 21, 7, 6, 9, 22, 13, 17, 16, 18, 19, 20, 15, 14
Sesiones teóricas	15	0,6	4, 2, 3, 1, 9, 10, 11, 12
Tipo: Supervisadas			
Tutorías proyecto	2	0,08	13, 18, 20
Tipo: Autónomas			
Trabajo en grupo	10	0,4	3, 5, 21, 8, 1, 6, 9, 22, 10, 12, 13, 17, 16, 18, 19, 20, 15, 14
Trabajo individual	10	0,4	4, 2, 1, 6, 22, 10, 12, 15

La asignatura mantiene un equilibrio entre la parte teórica (sesiones teóricas, debates) y la práctica (aplicando los conceptos teóricos en el análisis de la práctica profesional a través de la realización de ejercicios y el proyecto de la asignatura). Se basa en los principios del aprendizaje dialógico y en la máxima de "aprender haciendo". Práctica y teoría están íntegramente vinculadas para fomentar el pensamiento científico reflexivo en el desarrollo profesional.

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.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	30	10	0,4	2, 3, 1, 6, 9, 10
Presentación oral	10	2	0,08	9, 22, 19, 15
Proyecto de contenido digital	30	38	1,52	4, 5, 7, 1, 6, 9, 22, 10, 12, 13, 17, 16, 18, 19, 20, 15, 14
Prácticas	30	30	1,2	2, 3, 21, 8, 7, 1, 6, 11, 15

Aquí tienes la traducción al español:

Las actividades de evaluación consisten en:

1. Examen: Contenidos teóricos que representan el 30% de la nota final.
2. Proyecto y presentación oral: Trabajo de curso en grupo con un peso del 40% en la nota final.
3. Prácticas: Realización de tres prácticas grupales y tres prácticas individuales, que constituyen el 30% de la nota final.

Es necesario obtener un mínimo de 4 en el examen para promediar con las otras actividades de evaluación.

Los estudiantes tienen derecho a recuperar la asignatura si han sido evaluados en actividades que comprendan al menos dos tercios del total de la calificación de la asignatura.

Las actividades excluidas del proceso de recuperación son el proyecto y la presentación oral (40%). En el caso de que un estudiante cometa alguna irregularidad que pueda llevar a un cambio significativo en la calificación de una evaluación, esa evaluación se calificará con 0, independientemente de cualquier procedimiento disciplinario que se pueda iniciar. Si se producen múltiples irregularidades en las evaluaciones de la misma asignatura, la calificación final de esa asignatura será 0.

SEGUNDA MATRÍCULA: En caso de segunda matrícula, los estudiantes podrán realizar una única prueba de síntesis que consistirá en una revisión de contenidos y ejercicios prácticos. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis. Los estudiantes que deseen realizar esta prueba deben comunicarlo por escrito al coordinador del curso.

Esta asignatura no prevé el sistema de evaluación única.

Bibliografía

Gu, Baotong. & Pullman, George. (2017) Content management: bridging the gap between theory and practice / edited by George Pullman and Baotong Gu. [Online]. London: Routledge.

De Gregorio, G. (2022) Digital Constitutionalism in Europe: Reframing Rights and Powers in the Algorithmic Society. Cambridge University Press.

Dykes, Brent. (2019) Effective Data Storytelling: How to Drive Change with Data, Narrative and Visuals. Newark: John Wiley & Sons, Incorporated.

Duong, Vronique. (2020) *SEO Management: Methods and Techniques to Achieve Success*. Newark: John Wiley & Sons, Incorporated.

Foxwell, Harry. J. (2020) *Creating Good Data: A Guide to Dataset Structure and Data Representation*. Berkeley, CA: Apress L. P.

Jenkins, Henry. et al. (2013) *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture* / Henry Jenkins, Sam Ford, and Joshua Green. New York: New York University Press.

Mukherjee, Amit. S. (2020). *Leading in the digital world: how to foster creativity, collaboration, and inclusivity*. MIT Press

Sedkaoui, Soraya. (2018) *Data Analytics and Big Data*. Newark: John Wiley & Sons, Incorporated.

*** Referencias específicas estarán disponibles en el campus virtual

Software

Se utilizarán programas específicos de creación, gestión, distribución y medición de contenidos disponibles a través de enlaces en el campus virtual.

Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	61	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	6	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde