



DATOS IDENTIFICATIVOS

Ecosistema de medios sociales y herramientas digitales

Asignatura	Ecosistema de medios sociales y herramientas digitales			
Código	P04M176V01101			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad Dpto. Externo Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	Dafonte Gómez, Alberto			
Profesorado	Dafonte Gómez, Alberto Martí Pellón, Daniel Francisco Porto Renó, Denis			
Correo-e	albertodafonte@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Ecosistema de medios sociales y herramientas digitales es una materia que presenta a los principales actores que conforman el ecosistema de la comunicación digital, las interrelaciones que se establecen entre ellos y los objetivos y motivaciones de cada uno en ese proceso de intercambio. El enfoque de la materia hace que estos contenidos se aborden tanto desde la vertiente corporativa como desde el punto de vista del individuo y de su competencia digital.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.			
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.			
C1	Conocimiento de la estructura del ecosistema comunicativo en la sociedad digital, así como de los usos, comportamientos y códigos de los distintos sujetos que lo conforman.			
C2	Capacidad de optimizar la selección y aplicación de herramientas TIC en el ámbito académico y profesional.			
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar los distintos actores dentro del ecosistema de la comunicación digital y comprender sus interrelaciones.	C1
Explicar los principios del funcionamiento del ecosistema de medios sociales y de la economía digital.	C1 D3
Seleccionar y aplicar herramientas TIC sociales y en la nube en procesos de trabajo individual o colaborativo.	A5 C2
Usar de forma creativa las herramientas TIC sociales en aplicaciones originales.	A1 C2

Contenidos	
Tema	
Competencia digital	Alfabetización mediática Comunicación y colaboración Creación de contenidos digitales Seguridad Resolución de problemas Aprendizaje al largo de la vida en el entorno digital
Industrias culturales y plataformas digitales	De la oralidad a las redes sociales Las industrias culturales y las redes
Digitalización y redes sociales	Cultura digital y entorno mediático Ecosistema de redes y medios sociales
Economía de la atención	Clicks, shares y engagement: el negocio de la atención Motivación y comportamiento de los usuarios en el entorno digital La opinión pública en el entorno digital: postverdad y fake news

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	16	24	40
Prácticas con apoyo de las TIC	5	20	25
Portafolio/dossier	0	10	10

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Seminario	En los seminarios se desarrollarán los contenidos de la materia con una perspectiva de aprendizaje activo.
Prácticas con apoyo de las TIC	(*)Actividad de curación de contenidos a través de herramientas digitales e publicación en redes sociales.
Portafolio/dossier	(*)Elaboración de un informe final sobre la actividad de publicación en redes sociales desarrollada, según los parámetros facilitados por los docentes.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Seminario	Durante los seminarios se fomentará el debate y la participación activa del alumnado

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Seminario	En los seminarios se desarrollarán los contenidos de la materia con una perspectiva de aprendizaje activo por lo que se valorará la participación e implicación del alumnado en las actividades.	20	A1	C1	
Prácticas con apoyo de las TIC	Actividad de curación de contenidos y publicación en redes sociales desarrollada de manera individual	40	A5	C1 C2	
Portafolio/dossier	Elaboración de un informe final sobre la actividad de publicación en redes sociales desarrollada, según los parámetros facilitados por los docentes.	40	A1 A5	C1	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

El procedimiento de evaluación descrito hasta este punto es válido para el alumnado que opte por la evaluación continua y cumpla con las entregas previstas a lo largo del cuatrimestre.

En caso de que desee optar por evaluación global, el alumnado deberá informar al docente de su renuncia expresa al sistema de evaluación continua en el plazo establecido por el centro para tal fin, aunado cubierto y firmado el documento habilitado para tal fin. El procedimiento de evaluación global es el descrito a continuación.

EVALUACIÓN GLOBAL DE LA MATERIA

La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horarios previstos por el centro en el calendario de exámenes oficial. El estudiante deberá superar todas y cada una de las pruebas de evaluación previstas que se detallan a continuación obteniendo una cualificación mínima de 5 puntos en cada una de ellas. Dada la extensión de las pruebas el alumnado que se

acoja la evaluación global deberá disponer de 4 horas para la realización de las mismas a partir de la hora oficial de inicio del examen de la materia segundo el calendario oficial.

La evaluación global consta de las siguientes pruebas:

Prueba 1. Examen de la materia (20%)

Prueba 2. Actividad de curación de contenidos y publicación en redes sociales desarrollada de manera individual (40%). Entrega a través de Moovi con límite en la fecha del examen.

Prueba 3. Elaboración de un informe final sobre la actividad de publicación en redes sociales desarrollada, según los parámetros facilitados por los docentes. (40%). Entrega a través de Moovi con límite en la fecha del examen.

La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán detalladas a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumno o alumna estar atento a la información subida y recopilar la información específica y complementaria que sea precisa para superar la materia

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Illades, Esteban, **Fake news : la nueva realidad**, Grijalbo, 2018

Noguera Vivo, José Manuel, **Generación efímera : la comunicación de las redes sociales en la era de los medios líquidos**, Comunicación Social, 2018

Argemí, Marc., **El Sentido del rumor : cuando las redes sociales ganan las encuestas**, Ediciones Península, 2017

Sampedro Blanco, Víctor, **Dietética digital para adelgazar al Gran Hermano**, Icaria, 2018

Trigo, Beatriz y Dellinger, Mary Ann(eds.), **Entornos digitales : conceptualización y praxis**, UOC, 2017

Villar, Jorge, **Gestión y planificación de redes sociales profesionales : todo lo que debes saber para gestionar correctamente redes sociales corporativas**, Deusto, 2016

Kawasaki, Guy, **El Arte del social media : consejos prácticos para una estrategia de éxito**, Anaya Multimedia, 2016

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones