



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais

Materia	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais			
Código	P04M176V01101			
Titulación	Máster Universitario en Comunicación en Medios Sociais e Creación de Contidos Dixitais			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade Dpto. Externo Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Dafonte Gómez, Alberto			
Profesorado	Dafonte Gómez, Alberto Martí Pellón, Daniel Francisco Porto Renó, Denis			
Correo-e	albertodafonte@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Ecosistema de medios sociais e ferramentas dixitais é unha materia que presenta aos principais actores que conforman o ecosistema da comunicación dixital, as interrelacións que se establecen entre eles e os obxectivos e motivacións de cada un nese proceso de intercambio. O enfoque da materia fai que estes contidos se aborden tanto desde a vertente corporativa como desde o punto de vista do individuo e da súa competencia dixital.			

## Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código				
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación.			
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirixida ou autónoma.			
C1	Coñecemento da estrutura do ecosistema comunicativo na sociedade dixital, así como dos usos, comportamentos e códigos dos distintos suxeitos que o conforman.			
C2	Capacidade de optimizar a selección e aplicación de ferramentas TIC no ámbito académico e profesional.			
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos			

## Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os distintos actores dentro do ecosistema da comunicación dixital e comprender as súas interrelacións.	C1
Explicar os principios do funcionamento do ecosistema de medios sociais e da economía dixital.	C1 D3
Seleccionar e aplicar ferramentas TIC sociais e na nube en procesos de traballo individual ou colaborativo.	A5 C2
Usar de forma creativa as ferramentas TIC sociais en aplicacións orixinais.	A1 C2

<b>Contidos</b>	
Tema	
Competencia dixital	Alfabetización mediática Comunicación e colaboración Creación de contidos dixitais Seguridade Resolución de problemas Aprendizaxe ao longo da vida na contorna dixital
Industrias culturais e plataformas dixitais	Da oralidade ás redes sociais As industrias culturais e as redes
Dixitalización e redes sociais	Cultura dixital e contorna mediática Ecosistema de redes e medios sociais
Economía da atención	Clicks, shares e engagement: o negocio da atención Motivación e comportamento dos usuarios na contorna dixital A opinión pública na contorna dixital: postverdade e fake news

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	16	24	40
Prácticas con apoio das TIC	5	20	25
Cartafol/dossier	0	10	10

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Seminario	Nos seminarios desenvolveranse os contidos da materia cunha perspectiva de aprendizaxe activa.
Prácticas con apoio das TIC	Actividade de curación de contidos a través de ferramentas dixitais e publicación en redes sociais.
Cartafol/dossier	Elaboración dun informe final sobre a actividade de publicación en redes sociais desenvolvida, según os parámetros facilitados polos docentes.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Seminario	Durante os seminarios fomentárase o debate e a participación activa do alumnado

<b>Avaliación</b>				
	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe
Seminario	Nos seminarios desenvolveranse os contidos da materia cunha perspectiva de aprendizaxe activa polo que se valorará a participación e implicación do alumnado nas actividades.	20	A1	C1
Prácticas con apoio das TIC	Actividade de curación de contidos e publicación en redes sociais desenvolvida de xeito individual	40	A5	C1 C2
Cartafol/dossier	Elaboración dun informe final sobre a actividade de publicación en redes sociais desenvolvida, según os parámetros facilitados polos docentes.	40	A1 A5	C1 D3

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

O procedemento de avaliación descrito ata este punto é válido para o alumnado que opte pola avaliación continua e cumpra coas entregas previstas ao longo do cuadrimestre.

En caso de que desexe optar por avaliación global, o alumnado deberá informar ao docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro para tal fin, axuntado cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin. O procedemento de avaliación global é o descrito a continuación.

### **AVALIACIÓN GLOBAL DA MATERIA**

A proba de avaliación global realizarase na data e horarios previstos polo centro no calendario de exames oficial. O estudante deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha cualificación mínima de 5 puntos en cada unha delas. Dada a extensión das probas o alumnado que se acolla a avaliación global deberá dispor de 4 horas para a realización das mesmas a partir da hora oficial de inicio do exame da

materia segundo o calendario oficial.

A avaliación global consta das seguintes probas:

Proba 1. Exame da materia (20%)

Proba 2. Actividade de curación de contidos e publicación en redes sociais desenvolvida de xeito individual (40%). Entrega a través de Moovi con límite na data do exame.

Proba 3. Elaboración dun informe final sobre a actividade de publicación en redes sociais desenvolvida, según os parámetros facilitados polos docentes. (40%). Entrega a través de Moovi con límite na data do exame.

A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumno ou alumna estar atento á información subida e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia

---

## **Bibliografía. Fontes 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**

---

## **Recomendacións**