

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2016-2017

Identificación y características de la asignatura			
Código	401805	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Web 2.0, 3.0 y Redes Sociales		
Denominación (inglés)	Web 2.0, 3.0 and Social Networks		
Titulaciones	Máster Universitario en Gestión de la información en redes sociales y de los productos digitales en internet		
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación		
Semestre	Primero	Carácter	Obligatorio
Módulo	Medios sociales		
Materia	Redes sociales y administración electrónica		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Jorge Caldera Serrano	Decanato	jcalser@unex.es	-
José Maldonado Escribano	107	maldobano@unex.es	-
Javier Trabadela Robles	110	jtrarob@unex.es	-
Área de conocimiento	Biblioteconomía y Documentación Historia del Arte Comunicación Audiovisual		
Departamento	Información y Comunicación Arte y Ciencias del Territorio		
Profesor coordinador (si hay más de uno)	José Maldonado Escribano		
Competencias (tipo, código y competencia)*			
COMPETENCIAS BÁSICAS			
<ol style="list-style-type: none"> 1. CB6 – 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. 2. CB7 – Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. 3. CB8 – Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. 4. CB9 – Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. 5. CB10 – 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. 			

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

COMPETENCIAS GENERALES

1. CG1 – Conocer, gestionar y hacer un uso responsable de las redes sociales como herramientas de comunicación en línea que permiten a los usuarios crear contenidos usando las tecnologías web.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

1. CT1 – Saber presentar y comunicar públicamente, de manera lógica y ordenada, ideas, problemas y soluciones, tanto de forma oral como escrita.
2. CT2 – Utilizar las tecnologías de la información como herramienta de trabajo intelectual y como elemento esencial para crear productos, informarse, aprender y comunicarse.
3. CT3 – Conocer la terminología especializada para el desarrollo de la actividad profesional relacionada con la creación de productos digitales y las redes sociales.
4. CT4 – Adquirir los conocimientos metodológicos necesarios para afrontar los retos profesionales de una forma ética y rigurosa.
5. CT5 – Aprender y usar habilidades sociales e interpersonales en las relaciones con otras personas para poder trabajar en grupos multidisciplinares e interculturales.
6. CT6 – Garantizar que el trabajo profesional especializado que desempeñe en el entorno de la creación de productos digitales y las redes sociales contemple los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. CE1 – Conocer el entorno que favorece el desarrollo de las redes sociales, profundizando en la comprensión de la web 2.0 o web social y la Web 3.0 o web semántica.
2. CE2 – Conocer y analizar las redes sociales en la actualidad, sus diferentes modelos, usos y prácticas (*Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn* y redes sociales fotográficas paradigmáticas).

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido*

Web 2.0 vs. Web 1.0 origen y definición. Funciones y clasificaciones. Usos y descentralización de la información. Repercusiones inmediatas y diferidas. Web 3.0 o web semántica. Definiciones y aportaciones al usuario. Proceso evolutivo. Efectos inmediatos en el contexto social.

Nuevos soportes digitales de la cultura, su organización y gestión en los nuevos formatos dentro de las redes sociales. Redes sociales en la actualidad y sus diferentes modelos. Usos y prácticas en las redes sociales. Facebook como herramienta de difusión de los productos digitales y el marketing *on line*. Herramientas para uso profesional: LinkedIn. Twitter: léxico y uso. Google+, las herramientas que nos ofrece Google.

Redes sociales fotográficas paradigmáticas.

Temario de la asignatura

Tema 1. Web 2.0 y 3.0

Contenidos del tema 1:

- 1.1.- Historia de Internet
- 1.2.- Web 1.0 vs web 2.0
- 1.3.- La Web 2.0 como red social de comunicación e información
- 1.4.- La Web Semántica
- 1.5.- Ciberdemocracia, redes sociales y web semántica

Tema 2. Redes Sociales

Contenidos del tema 2:

- 2.1. Introducción a las Redes Sociales Virtuales
- 2.2. Facebook
- 2.3. LinkedIn
- 2.4. Twitter
- 2.5. Google +□

Tema 3. Redes Sociales Fotográficas Paradigmáticas

Contenidos del tema 3:

- 3.1. Introducción a las Redes Sociales Fotográficas
- 3.2. Instagram
- 3.3. Flickr
- 3.4. Pinterest
- 3.5. Otras redes sociales fotográficas

Actividades formativas*

Horas de trabajo del alumno por tema		Actividades de docencia virtual						Trabajo del alumno
Tema	Total	1	2	3	4	5	6	EP (<i>Estudio Personal</i>)
1	50	2	4	7	-	7	-	30
2	50	2	4	7	-	7	-	30
3	50	2	4	7	-	7	-	30
Evaluación del conjunto	150 horas	60 horas						90 horas

1. Webquest (búsqueda de recursos en la web)
2. Elaboración de documentos escritos, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, así como su evaluación.
3. Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo)
4. Diseño, elaboración y evaluación de materiales digitales multimedia en diferentes soportes.
5. Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.
6. Elaboración y presentación pública del trabajo fin de máster.

Metodologías docentes*

1. Métodos de enseñanza-aprendizaje colaborativos
2. Método expositivo apoyado en materiales digitales interactivos y audiovisuales
3. Orientación y tutoría individual y grupal
4. Aprendizaje basado en investigación (ABI) aplicado a la profesión en procesos de gestión, producción y difusión.

Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el estudio de esta materia el alumno podrá:

- Conocer el entorno y desarrollo de la Web 2.0 o web social y la Web 3.0 o web semántica.
- Conocer y analizar las redes sociales: sus diferentes modelos, usos y prácticas (*Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn* y redes sociales fotográficas paradigmáticas).

Sistemas de evaluación*

Sistema de evaluación	Tipología de actividades	Ponderación
Evaluación Continua (60%)	Webquest (búsqueda de recursos en la web).	10%
	Elaboración de documento escrito, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, cuestionarios.	20%
	Comunicación sincrónica y asincrónica para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo).	10%
	Diseño, elaboración y evaluación de materiales digitales multimedia en diferentes soportes.	--
	Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.	20%
Evaluación Final (40%)	1. Examen escrito: prueba objetiva y/o de desarrollo	40%

Observaciones

La evaluación consistirá en la superación de uno o varios exámenes de los conocimientos teóricos adquiridos, dichos exámenes podrán consistir en una prueba de desarrollo escrito, de preguntas cortas o tipo test. Para la valoración final de la prueba se determinará previamente el valor de cada pregunta.

En todo caso el examen deberá aprobarse para superar la asignatura.

En cuanto al sistema de calificación en las actividades prácticas, se atenderá a la participación y el resultado de la resolución de problemas planteados a los alumnos en las actividades prácticas de la asignatura y, en su caso, podrá realizarse un examen práctico.

En cada caso, el profesor encargado de la asignatura hará públicos los criterios de evaluación que se determinen por la UEx.

La calificación es la suma de la evaluación continua y la evaluación final atendiendo a los siguientes criterios.

- **Examen final** consiste en la realización de una o varias pruebas escritas cuyo valor debe ser igual al 40% de la evaluación.
- **Evaluación continua** es la media ponderada de la calificación obtenida en los trabajos y tareas estipuladas en cada asignatura, siendo el total igual al 60% de la evaluación

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS), 5,0 – 6,9: Aprobado (AP), 7,0 - 8,9: Notable (NT), 9,0 – 10: Sobresaliente (SB). La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Bibliografía (básica y complementaria)

BÁSICA

- CASTELL, P. La web semántica. <http://arantxa.ii.uam.es/%7Ecastells/publications/castells-uclm03.pdf> (Consultado: 13-07-2016)
- CEBRIAN HERRERO, M. (2008). La web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 345-361
- GARCÍA ARETIO, L. (2014). Web 2.0 vs web 1.0. *Contextos Universitarios Mediados*, nº 14 (1), pp. 1-9.
- LEINER, B. M., et al. (1998). Una breve historia de Internet. *Novática*, núm. 130, pp. 1-19.
- SÁNCHEZ CARBADILLO, J. R. (2008). Perspectivas de la información en Internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica. *Zer*, 13, (25), pp. 61-81
- SANJURJO REBOLLO, B. (2015). *Manual de Internet y redes sociales*. Madrid, Dykinson.
- YOUNG, J. (2015). *Publica y comparte tus mejores fotos*. Barcelona, Oceano ambar.

COMPLEMENTARIA

- BOWKER, D. (2014). *Smartphonografía en las redes sociales*. Barcelona, Oceano ambar.
- CARBALLAR FALCÓN, J. A. (2011). *Twitter: marketing personal y profesional*. Madrid, RC Libros.
- FAERMAN, J., Faceboom (2009). *Facebook, el nuevo fenómeno de masas*. Barcelona, Alienta.
- MARTÍN PRADA, J. (2012). *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. Madrid, AKAL.
- O'DELL, J. A. (2014). *Foto blogueo: todo sobre diseño, contenidos, redes sociales, promoción y negocio*. Barcelona, Oceano ambar.
- ORIHUELA, J. L. (2012). *Mundo Twitter*. Barcelona, Alienta.
- PANIAGUA LÓPEZ, J. A. (2012). *Curso de análisis de redes sociales: metodología y estudio de casos*. Granada, Universidad de Granada.
- WASSERMAN, S. (2013). *Análisis de redes sociales: métodos y aplicaciones*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Todos los que se incluyan en el espacio virtual de la asignatura, ya sea en foros, mediante documentos enlazados, vídeos, etc.

Horario de tutorías

El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la Universidad y podrá ser consultado en la página web de la Facultad.

Recomendaciones