

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2019-2020

Identificación y características de la asignatura			
Código	401814	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Trabajo Fin de Máster		
Denominación (inglés)	Master's Degree Thesis		
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	Segundo	Carácter	Obligatorio
Módulo	Trabajo Fin de Máster		
Materia	Trabajo Fin de Máster		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Área de conocimiento	Todas las áreas implicadas en el título		
Departamento	Todos los departamentos implicados en el título		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
Competencias (tipo, código y competencia)*			
<p>COMPETENCIAS BÁSICAS</p> <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.
2. CG2 – Conocer la estructura y organización de la información en las redes sociales y tener la capacidad de diseñar y elaborar productos culturales digitales de texto, fotografía, vídeo y audio.
3. CG3 – Profundizar en las técnicas de distribución de productos digitales y captación de recursos externos, así como analizar el comportamiento de la información comercial electrónica.
4. CG4 – Conocer las técnicas y métricas de evaluación y recuperación de la información en internet y conferir al alumno habilidades en el manejo de grandes masas de datos.

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 la redes sociales en la actualidad, sus diferentes modelos, usos y prácticas (*Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn* y redes sociales fotográficas paradigmáticas).
3. CE3 – Desarrollar habilidades de *community manager* y otros perfiles profesionales para la gestión de la información y de las comunicaciones.
4. CE4 – Conocer y analizar la repercusión de las redes sociales en el ámbito de la administración pública y en el ámbito político.
5. CE5 – Conocer el marco jurídico de la Red, analizando la libertad de expresión, la propiedad intelectual y el acceso a la información en medios digitales.
6. CE6 – Desarrollar habilidades para la organización de la información en la web y diseñar estructuras de navegación e interacción de la información, esto es, conocer la arquitectura y usabilidad de la web.
7. CE7 – Aplicar métodos de evaluación heurística a las redes sociales y los productos digitales en la Red.
8. CE8 – Gestionar proyectos audiovisuales y conocer la presencia de los archivos digitales en internet, profundizando en el movimiento *Open Access*.
9. CE9 – Conocer y aplicar técnicas de edición.
10. CE10 – Conocer los fundamentos del diseño gráfico y la tecnología específica para la creación de productos digitales.

11. CE11 – Entender los fundamentos de la creación fotográfica, de vídeo y audio digital, así como usar aplicaciones paradigmáticas para la captación y edición de fotografías, vídeo y audio en dispositivos móviles. Profundizar en la edición y postproducción de vídeo y audio para redes sociales.
12. CE12 – Conocer y aplicar técnicas de distribución de productos digitales centradas en marketing digital y móvil.
13. CE13 – Conocer y aplicar técnicas de distribución de productos digitales centradas en *crowdsourcing*, *fundraising* y captación de recursos externos.
14. CE14 – Desarrollar habilidades para el comercio electrónico y analizar los aspectos formales de la tienda *on line*.
15. CE15 – Analizar el comportamiento de la información comercial electrónica y descubrir los diferentes perfiles de los usuarios de la Red.
16. CE16 – Conocer y aplicar las técnicas de evaluación de la información en internet, esto es, la Cibermetría, la Webometría y la Altmetría.
17. CE17 – Conocer y aplicar las técnicas de posicionamiento web y las métricas de recuperación de la información y conferir al alumno habilidades en el manejo de grandes masas de datos.

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido*

Con el Trabajo Fin de Máster el alumnado culmina sus aprendizajes en el Máster. Consistirá en la elaboración de un trabajo escrito, dirigido por un profesor y presentado y defendido públicamente ante un tribunal de tres miembros entre los que no puede figurar el director/a del mismo.

Temario de la asignatura

El objetivo fundamental del Trabajo Fin de Máster (TFM) es formar al alumno en la elaboración de un trabajo original de investigación de acuerdo a unas pautas académicas establecidas independientemente de la elección del tema específico para trabajar. Por este motivo, en los contenidos del TFM deben aparecer claramente la formulación de los objetivos del trabajo (qué se quiere conseguir), la delimitación del marco teórico (un análisis de la cuestión o un corpus conceptual), la definición de una metodología clara, el análisis de los datos o los resultados de acuerdo a los objetivos establecidos y la aplicación de la metodología diseñada, y la elaboración de las conclusiones relacionadas con dichos objetivos.

El tema de trabajo elegido debe estar relacionado con alguna de las materias del Título y puede tener un carácter teórico-conceptual o aplicado. Igualmente, debe cumplir una serie de requisitos formales establecidos en la Normativa de Trabajo de Fin de Grado y Máster de la Facultad. Esta normativa ha sido elaborada de acuerdo a la normativa general de la UEX aprobada en 2015 para la elaboración de TFG y TFM y en ambas el alumno puede encontrar información acerca de las consideraciones generales y definición de este tipo de trabajos, la tutela académica, el proceso de matriculación, la exposición y defensa, el sistema de evaluación y la custodia del trabajo y su inclusión en el repositorio institucional Dehesa de la UEX.

Más específicamente relacionado con el proceso de elaboración del TFM, la Facultad cuenta con una "Guía para la elaboración del TFG/TFM" en la que aparecen recomendaciones para la realización y exposición del trabajo que se refieren a los aspectos formales y de contenido que, tanto tutores como alumnos, deben tener en cuenta a la hora de presentar un trabajo ya terminado. Esta normativa describe los diferentes tipos de trabajos que pueden realizarse, de carácter teórico o aplicado, así como su extensión y formato.

Además, presenta la estructura general del trabajo, dividida en diferentes partes y elementos preliminares. Esta guía establece que todo trabajo debe contar con una introducción, los objetivos, el marco teórico, la metodología, los resultados, las conclusiones, diferentes índices de figuras y tablas, una bibliografía final y unos anexos, y describe en qué consiste cada uno de los elementos, lo cual resulta de gran utilidad para el alumno.

El resultado final del trabajo debe ajustarse a unas normas como son la presentación en CD, para lo que se establece el modelo de carátula, y una plantilla para la presentación formal del trabajo ya terminado.

Otras informaciones añadidas y de interés como parte de esta asignatura y que se pueden encontrar en la web institucional de la Facultad, son la oferta de trabajos y tutores para cada curso académico, la solicitud de trabajo y tutor y la asignación definitiva de los mismos. Además, se pueden conocer las diferentes convocatorias, fechas y designación de tribunales para la defensa de los trabajos y los modelos de documentos para la gestión y defensa de los mismos. Igualmente, puede resultar de utilidad la relación de trabajos ya defendidos o aquellos que han pasado a formar parte del repositorio institucional Dehesa.

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>)
	150			18			0	132
Evaluación del conjunto	150 horas	18 horas						132 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*

- Métodos de enseñanza-aprendizaje colaborativos
- Método expositivo apoyado en materiales digitales interactivos y audiovisuales
- Orientación y tutoría individual y grupal
- 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:

- Elaborar un documento original de iniciación a la investigación en redes sociales y la creación de los productos digitales en la web.
- Saber utilizar de modo eficaz las fuentes de documentación más relevantes en redes sociales.

- Demostrar capacidad para usar adecuadamente metodologías de investigación digitales, bajo principios de rigor científico y compromiso ético.
- Ser capaz de defender, argumentar y exponer los resultados principales del trabajo de investigación desarrollado.

Sistemas de evaluación*

istema de evaluación	Tipología de actividades	Ponderación
Evaluación Continua / Evaluación final	Realización de un trabajo fin de máster TFM, cuyas calificaciones vendrán dadas por: a) El tutor del TFM, que evaluará el proceso de planificación y desarrollo del trabajo, así como el propio trabajo resultante. Dicha evaluación supondrá un 30% de la calificación final. B) El tribunal evaluará el trabajo entregado y la exposición y defensa del mismo. Dicha evaluación supondrá un 70% de la calificación final.	100%

Observaciones

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

- CEPEDA CARRIÓN, G. (2006). La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de caso. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 29, 57-82.
- DENZIN, N. y LINCOLN, I. (2013). Manual de investigación cualitativa. Barcelona: Gedisa.
- FERRADA CUBILLOS, M. (2006) Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación. Biblios, año 7, n. 23, enero-marzo 2006. Consultada el 19 de julio de 2016, disponible en [Http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1431574.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1431574.pdf)
- GONZÁLEZ TERUEL, A.; BARRIOS CERREJÓN, M. (2012). Métodos y técnicas para la investigación del comportamiento informacional: fundamentos y nuevos desarrollos. Gijón: Trea.
- GOODMAN, V. D. (2011). Qualitative research and the modern library. Oxford [etc.]: Chandos.
- IGARTUA PEROSANZ, J.J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch.
- JENSEN, K. y JANKOWSKI, N. (1993). Metodologías cualitativas de investigación en

comunicación de masas. Barcelona: Bosch.

- KAWULICH, B.B. (2005) La observación participante como método de recolección de datos. Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research, 6 (2),art. 43 Consultado el 19 de julio de 2016, disponible en <http://diverrisa.es/uploads/documentos/LA-OBSERVACION- PARTICIPANTE.pdf>
- TRINIDAD, A.; CARRERO, V.; SOTRIANO, R. (2006) La Teoría Fundamentada (Grounded Theory). La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- TURPO GEBERA, O. W. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. Revista Iberoamericana de Educación, 47(2), [1]-10.
- VILCHES, L. (2011). La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Gedisa.

COMPLEMENTARIA

- COLLER, X. (2000). Estudio de casos. Madrid: CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- GUASCH, O. (1997). Observación participante. Madrid: CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. (coord.). (2009) Estrategias de investigación cualitativa. Barcelona: GEDISA.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Se podrá poner a disposición del alumno recursos virtuales que ayuden a la elaboración del Trabajo Final de Máster. Las normativas de la UEx y de la Facultad para la elaboración del Trabajo Fin de Máster se encuentran en el siguiente enlace:

<https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/alcazaba/informacion-academica/tf-estudios/normativas-y-procedimiento>