

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2021/2022

Identificación y características de la asignatura			
Código	502985	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	PERIODISMO Y REDES SOCIALES		
Denominación (inglés)	<i>JOURNALISM AND SOCIAL MEDIA</i>		
Titulaciones	GRADO EN PERIODISMO		
Centro	FACULTAD DE CC DE LA DOCUMENT. Y LA COMUNICACIÓN		
Semestre	1º	Carácter	OBLIGATORIA
Módulo	ASPECTOS PRÁCTICOS DE LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA		
Materia	MEDIOS Y MODOS INFORMATIVOS		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Ana González Delgado	32	agondel@unex.es	http://campusvirtual.unex.es/portal/
Área de conocimiento	PERIODISMO		
Departamento	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
Competencias			
COMPETENCIAS BÁSICAS			
<p>CB2 - 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.</p> <p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p>			
COMPETENCIAS GENERALES			
<p>CG1 - Analizar el hecho periodístico conforme a los procesos y tendencias actuales de los medios de comunicación.</p> <p>CG3 - Conocer la incidencia de las TIC en la profesión periodística.</p> <p>CG4 - Comprender las técnicas y procesos de creación y difusión de mensajes periodísticos en el contexto de relaciones mediáticas e institucionales.</p> <p>CG5 - Demostrar las destrezas necesarias para producir mensajes informativos con rigor, claridad y coherencia.</p>			

<p>COMPETENCIAS TRANSVERSALES</p> <p>CT1 - Generar habilidades de aprendizaje basadas en la localización y conocimiento de las fuentes expertas.</p> <p>CT3 - Demostrar capacidad de innovación y autonomía en el desarrollo del trabajo profesional.</p> <p>CT8 - Generar capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales y laborales.</p> <p>CT10 - Desarrollar orden y método en el trabajo profesional: jerarquización, organización y temporalización de tareas.</p> <p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</p> <p>CE18 - Dominar los recursos y narrativas propias del periodismo digital.</p> <p>CE19 - Elaborar mensajes periodísticos para su difusión en redes sociales.</p>

Contenidos

Breve descripción del contenido

La asignatura de Periodismo y Redes Sociales pretende aportar argumentos para entender y producir mensajes periodísticos en el escenario de las redes sociales y el entorno digital.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: **UNIVERSO DE LAS REDES SOCIALES**
 Contenidos del tema 1: Aproximación a las redes sociales, su contexto, su alcance, su posicionamiento en el periodismo actual y todo aquello que ayude a construir un marco de referencia del entorno de las redes sociales.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Lecturas, visionados y comentarios críticos orientados.

Denominación del tema 2: **PERIODISMO 1.0 VS. PERIODISMO 3.0**
 Contenidos del tema 2: Estudio de la evolución del periodismo tradicional hasta el periodismo ciudadano donde han confluído las redes sociales y los medios tradicionales en una amalgama de mensajes noticiosos no siempre veraces, aunque si actuales.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Lecturas, visionados y comentarios críticos orientados.

Denominación del tema 3: **LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES.**
 Contenidos del tema 3: Sinergias entre ambos escenarios informativos.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Lecturas, visionados y comentarios críticos orientados.

Denominación del tema 4: **REDACCIÓN PERIODÍSTICA, POSICIONAMIENTO Y LOS MENSAJES NO ESCRITOS EN LAS REDES SOCIALES.**
 Contenidos del tema 4: Técnicas de comunicación y estilo periodístico adaptado a las redes sociales, el posicionamiento en dichas redes y todos esos mensajes (memes, vídeos, gráficos, etc.) que no siendo escritos pueden ser periodísticos.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Lecturas, visionados y comentarios críticos orientados.

Denominación del tema 4: **REDACCIÓN PERIODÍSTICA, POSICIONAMIENTO Y LOS MENSAJES NO ESCRITOS EN LAS REDES SOCIALES.**
 Contenidos del tema 4: Técnicas de comunicación y estilo periodístico adaptado a las redes sociales, el posicionamiento en dichas redes y todos esos mensajes (memes, vídeos, gráficos, etc.) que no siendo escritos pueden ser periodísticos.
 Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Lecturas, visionados y comentarios críticos orientados.

Denominación del tema 5: EL PERIODISTA, LA DESINFORMACIÓN Y LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES.

Contenidos del tema 5: Análisis del perfil del periodista en las redes sociales, así como los elementos desinformativos presentes en ellas frente al argumento preciso y más eficaz de las fuentes de información.

Descripción de las actividades prácticas del tema 5: Lecturas, visionados y comentarios críticos orientados.

Actividades formativas

Horas de trabajo del estudiante por tema		Horas Gran Grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	PCH	LAB	ORD	SEM	TP	EP
1	26	10				1		15
2	26,5	10				1	0,5	15
3	26	10				1		15
4	26,5	10				1	0,5	15
5	24,5	8				1	0,5	15
Evaluación	20,5	2						18,5
TOTAL	150	50				5	1,5	93,5

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

PCH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes).

LAB: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes).

ORD: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (30 estudiantes).

SEM: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes

- Lección magistral participativa
- Explicación y discusión de los contenidos
- Presentación de materiales para el apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje
- Trabajos en grupo
- Reuniones en pequeños grupos
- Estudio individual del alumno
- Resolución de problemas y casos por medio de la reflexión y el análisis

Resultados de aprendizaje

Comprensión y trabajo con los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación en el ámbito de las redes sociales, así como de los métodos de investigación en comunicación.

Aplicar el concepto de Información y de Comunicación Pública a las Redes Sociales.

Aprender a utilizar el lenguaje verbal y no verbal de forma correcta.

Aprender a trabajar en equipo a través de las habilidades en comunicación.

Sistemas de evaluación

MODALIDADES DE EVALUACIÓN

La evaluación de esta asignatura se rige por la Normativa de Evaluación de las Titulaciones Oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Extremadura (DOE 212, de 3 de noviembre de 2020).

La asignatura presenta dos modalidades de evaluación para todas las convocatorias:

- a) Modalidad de Evaluación Continua.
- b) Modalidad de Evaluación Global.

El/la alumno/a podrá elegir, a través del campus virtual, entre la modalidad de evaluación continua y la modalidad de evaluación global. En caso de que no lleve a cabo dicha elección en el periodo indicado en la normativa de evaluación vigente, se considerará que opta por la modalidad de evaluación continua.

MODALIDAD EVALUACIÓN CONTINUA: La evaluación de contenidos teóricos computa un **40%** de la calificación final. Consistirá en un examen teórico donde cada alumno plasmará los conocimientos adquiridos. La aplicación práctica de los conocimientos y destrezas computa un **60%** de la calificación final (evaluación continua). Se establecerán lecturas, trabajos y visionados obligatorios, cuyos conocimientos serán objeto de correspondiente evaluación. La evaluación continua no es recuperable.

Se tendrán en cuenta las faltas de ortografía, AUNQUE SOLO SEA UNA, para suspender el examen y en el caso de las prácticas también se aplicará la misma regla. No se hallará nota media de ambos ejercicios para aprobar.

En la convocatoria extraordinaria el peso de la evaluación continua será de un 50% y otro 50% el de la parte teórica.

MODALIDAD DE EVALUACIÓN GLOBAL: Según se establece en la Normativa de Evaluación de las Titulaciones oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Extremadura (DOE 212 de 3 de noviembre de 2020), será preceptiva para todas las convocatorias una modalidad de evaluación global, es decir, un sistema de evaluación constituido exclusivamente por una prueba final que englobe todos los contenidos de la asignatura y que se realizará en la fecha oficial de cada convocatoria. La elección de esta modalidad de evaluación se realizará de acuerdo a lo establecido en la normativa vigente.

Para aprobar la asignatura en esta modalidad es imprescindible:

- Aprobar el examen final teórico práctico (específico para alumnado de evaluación final)
- Obtener la puntuación mínima del 50% respecto de la exigida, respectivamente, en el examen y en cada práctica.

Bibliografía (básica y complementaria)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

MORENO, M. (2017). El gran libro del community manager: técnicas y herramientas para sacar partido a las redes sociales y triunfar en social media. Barcelona: Gestión 2000.

MORENO, MANUEL (2016) Cómo triunfar en las Redes Sociales. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.

NOGUERA, J. M. (2013). Redes y periodismo. Cuando las noticias se socializan. Editorial UOC: Barcelona.

PÉREZ-SOLER, S. (2016). Usos periodísticos de Twitter. Una comparativa entre redacciones tradicionales y digitales de Cataluña y Bélgica. Tesis Doctoral. Facultad de Comunicación y Relaciones internacionales de la Universidad Ramón Llul.

PÉREZ SOLER, S. (2018). Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

TASCÓN, M. (Dir.) (2012). Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Fundación del Español Urgente. Galaxia Gutemberg: Madrid.

TASCÓN, M. y ABAD, M. (2011). Twittergrafía. El arte de la nueva escritura. Catarata: Madrid.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

AMORÓS GARCÍA, M. 2018. Fake news: la verdad de las noticias falsas. Barcelona: Plataforma Editorial.

ARRABAL, G., PEDRÓS, M. y PANZANO J. (2012) Manual SEO. Posicionamiento web en Google para un marketing más eficaz. Bubok. Madrid.

FLORES, J.M. 2017. Los elementos del ciberperiodismo. Madrid: Síntesis.

Instituto Cervantes. 2012. El español en internet. *El español, una lengua viva: informe 2012*. Madrid: Instituto Cervantes.

CHRISTAKIS, N.; y FOWLER, J. (2010). Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo afectan a nuestras vidas. Madrid: Taurus

SERRANO, P. (2013). La comunicación jibarizada. Cómo la tecnología ha cambiado nuestras mentes. Barcelona: Península.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

En el Campus Virtual se ofrecerán artículos de interés para la materia.

