

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Experto en Periodismo Deportivo (Título Propio asociado a Periodismo)		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Estrategias de Contenidos Deportivos en Redes Sociales		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	3
Curso:	4	Código:	32423
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Sergio Perela	sergioperela@yahoo.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En esta asignatura aprenderemos que la presencia en redes sociales sólo por estar puede ser contraproducente. Hay que tener un plan preciso que conduzca a unos objetivos. Estructurar ese plan con bases realistas será el objetivo de la asignatura.

OBJETIVO

Aprender a desarrollar una estrategia en redes sociales.
Saber cómo analizar los resultados.
Aplicar las diferentes estrategias a las diferentes redes.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Conocimientos básicos como usuario de las redes sociales en las que más se mueve el periodismo deportivo: Twitter, recientemente Instagram y residualmente Facebook

CONTENIDOS

- Cómo desarrollar una estrategia en redes
- Planificación de contenidos
- Análisis de resultados
- Cómo sacar partido a las principales redes sociales
- Gestionar una comunidad

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases de fundamentos teóricos
- Análisis de estrategias existentes de comunicación en redes de contenido deportivo
- Ejercicios prácticos en el aula y fuera de él
- Clases magistrales con profesionales de las redes

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
0 horas	0 horas

COMPETENCIAS

De esta asignatura el alumno deberá salir con las bases para ejercer como Community Manager

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno debe terminar teniendo las nociones básicas del trabajo diario de un CM

El alumno terminará capacitado para elaborar las directrices de un plan de comunicación en redes sociales. Al menos, para distinguir los puntos positivos y los negativos

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación mantendrá la importancia del examen final (del que dependerá un 70% de la nota) El 30% restante dependerá de las prácticas que se vayan desarrollando durante el cuatrimestre.

Ningún alumno podrá examinarse si no ha entregado todas las prácticas previamente al profesor, independientemente de la puntuación de las mismas.

En el examen, una falta de ortografía supondrá la merma de un punto de la nota global. Dos, supondrán perder

dos puntos en la nota global. A partir de tres faltas de ortografía no se continuará corrigiendo la prueba, suponiendo un suspenso de forma directa.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

'Community Manager. La guía definitiva'. María Lázaro. Editorial Social Bussiness, Anaya Multimedia (2019)
'El gran libro del Community Manager'. Manuel Moreno. Editorial Gestión 2000, Planeta de Libros. (2014)