

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma 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	sergio.perela@ufv.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 las bases para la elaboración con sentido de un plan de redes sociales dentro del ámbito de la comunicación deportiva

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Uso básico de redes sociales

CONTENIDOS

- 1.- CONSIDERACIONES PREVIAS
 - 1.2.- Cómo actuar en redes
 - 1.3.- La fidelización o engagement
- 2.- EL COMMUNITY MANAGER
- 3.- CÓMO DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA EN MEDIOS SOCIALES
 - 3.1.- Análisis previo:
 - a.- La web corporativa
 - b.- La presencia en redes sociales
 - c.- La reputación online.
 - d.- La huella digital de los empleados de la empresa.
- 4.- CONSIDERACIONES SOBRE EL ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS
- 5.- CONCEPTO DE KEY PERFORMANCE INDICATOR
- 6.- DETALLES SOBRE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN REDES
- 7.- CREACIÓN DE CONTENIDO EN REDES SOCIALES
 - 7.1.- Contenido en Facebook
 - 7.2.- Contenido en Twitter
 - 7.3.- Contenido en Instagram
 - 7.4.- Contenido en Tik Tok

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- 1.- Se analizarán ejemplos prácticos
- 2.- Ejercicios prácticos en clase
- 3.- Desarrollo de una estrategia y presentación oral en el aula

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
25 horas	50 horas
Presencia en clase 25h	Desarrollo del trabajo obligatorio 50h

COMPETENCIAS

Comprensión lectora
Habilidad para la redacción
Competencias digitales básicas
Conocimiento del entorno de redes sociales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Comprensión básica de las diferencias entre los medios digitales y convencionales
Aptitudes y fundamentos básicos para el trabajo en medios digitales

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El 40% de la nota corresponderá al trabajo obligatorio que se expondrá de forma oral y presencial en clase

El 50% de la nota corresponderá al examen obligatorio que no se podrá realizar sin la previa presentación del trabajo. En dicha prueba, si el alumno comete tres faltas de ortografía, estará automáticamente suspenso. Una o dos supondrán una merma en la nota de medio punto cada falta.

El 10% restante tendrá que ver con el desempeño valorado por el profesor

Se testará de forma constante que ni los trabajos, ni las pruebas de examen, estén plagiadas.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Manuel Moreno El gran libro del Community Manager Gestión 2000

María Lázaro Community Manager: la guía definitiva Ediciones Anaya Multimedia

Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura de red Gedisa

Susana Pérez-Soler Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales Editorial UOC

Juan Miguel Aguado, Claudio Feijóo, Inmaculada J. Martínez La comunicación móvil Gedisa