

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Periodismo		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Social Media Management		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	3
Curso:	4	Código:	3287
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Materia:	Técnicas de Comunicación		
Módulo:	Organización y Producción Informativa		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Marta Molina Díez	marta.molina@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La sociedad va cambiando a un ritmo vertiginoso, afectando de igual forma a las herramientas y formas que tenemos para comunicarnos. El periodismo no está exento de este cambio, y es así como se ve afectado por nuevas herramientas para mejorar la forma de hacer llegar nuestros mensajes.

En esta asignatura veremos cómo la gamificación puede ayudar la labor del periodista en diferentes aspectos:

1. Ayudar al lector a comprender y contextualizar la noticia.
 2. Aumentar el número de lectores del medio.
 3. Incrementar los suscriptores digitales, y analógicos en algunos casos, de los medios de comunicación.
- Aplicando técnicas de juego a la labor del periodista podemos ayudar a difundir, comprender y globalizar nuestros

mensajes. De la mano de las herramientas digitales podremos aplicar estas técnicas a medios con menos recursos.

OBJETIVO

La asignatura está estructurada para que el alumno vaya profundizando poco a poco en las técnicas de gamificación, de forma general y su aplicación al periodismo de forma más específica. Una vez haya terminado la asignatura debe ser capaz de poder aplicar todo lo aprendido en su labor como periodista. Cada tema iniciará como una explicación teórica, donde los alumnos irán participando para crear los contenidos y finalizarán con ejercicios prácticos que ayudarán a que asimilen los conceptos clave. Al finalizar la asignatura serán capaces de aplicar game thinking a su labor como periodistas y, siempre bajo los valores deontológicos y morales de la profesión, ayudando a mejorar la difusión y comprensión de la realidad que transmiten.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Para poder aprovechar al máximo la asignatura es preferible tener unos conocimientos básicos/medios de las redes sociales y su manejo a nivel profesional, así como la creación y elaboración de blogs propios. De esta forma, el alumno podrá poner en práctica, de forma inmediata, todo lo que se va viendo en clase.

CONTENIDOS

1. ¿Qué es la gamificación?
2. Game thinking/Game design
3. Psicología de la gamificación
4. Objetivos, usos y estrategias
5. Newsgames
6. Gamificación y periodismo
7. Social media y gamificación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del estudiante.

TRABAJO AUTÓNOMO. En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación

TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS: El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos. Slavin define el trabajo cooperativo como "estrategias de instrucción en las que los alumnos están divididos en grupos pequeños y son evaluados según la productividad del grupo", lo que pone en juego tanto la responsabilidad individual como la interdependencia positiva, base del trabajo profesional en equipo.

SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL: que incluye entrevistas, grupos de discusión, autoinformes e informes de seguimiento tutorial.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas
Clase lectiva 17h Examen 2h Ejercicios prácticos 6h Tutorías personalizadas 5h	Proyecto final 15h Estudio 20h Trabajo virtual en red 10h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Dominar las tecnologías aplicadas al campo de la comunicación en general y del Periodismo en particular.

Competencias específicas

Saber utilizar y conocer las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones a través de diferentes soportes multimedia. Especialmente, el diseño gráfico y la infografía.

Dominar y desarrollar el ejercicio periodístico en entornos multimedia y de la Red.

Que el estudiante sea capaz de identificar el objetivo y definir el o los objetivos a alcanzar con la estrategia de gamificación.

Que los estudiantes tengan un pensamiento de juego (game thinking) que les lleva a identificar sus necesidades y buscar soluciones a través de la gamificación.

Que los estudiantes sea capaces de diseñar y ejecutar una estrategia de gamificación para cumplir sus objetivos.

Que los estudiantes sean capaces de realizar un análisis de los resultados obtenidos y reajustar la estrategia según los mismos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Diseñar y ejecutar una estrategia digital.

Conocimientos sobre herramientas de análisis digital.

Aplicar elementos de juegos para obtener objetivos.

Identificar y definir sus objetivos de comunicación.

Crear y diseñar un sistema digital con elementos de juego para transmitir la información.

Saber redactar en el entorno digital y utilizar las herramientas digitales para su difusión.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Trabajos en el Aula Virtual – 15%

Proyecto Newsgame – 25%

Proyecto Gamificación: 25%

Examen – 35%

El examen se dividirá en una parte tipo teórica y ejercicios prácticos donde deberán reflejar la asimilación de lo aprendido a lo largo del cuatrimestre.

Para aprobar la asignatura es necesario aprobar el examen final (mínimo 5) y haber entregado todos los ejercicios que se hayan ido colgando en el aula virtual y el proyecto final. En caso contrario, deberá presentarse a convocatoria extraordinaria, con los mismos requisitos que en la convocatoria ordinaria.

Para aquellos alumnos que no puedan asistir a clase, por causa justificada y habiendo informado al profesor antes del 20 de septiembre, y para aquellos que tengan que examinarse en convocatoria extraordinaria, la evaluación será de la siguiente forma:

Trabajos aula virtual (individual): 20%

Proyecto Newsgame (individual): 25%

Proyecto Gamificación (individual): 25%

Examen: 40%

Para estos alumnos se rigen las mismas normas que para los alumnos que pueden asistir a clase: Para aprobar la asignatura es necesario aprobar el examen final (mínimo 5) y haber entregado los ejercicios que se hayan ido colgando en el aula virtual y el proyecto final.

Sistema de evaluación alternativo (en remoto)

Trabajos en el Aula Virtual – 15%

Proyecto Newsgame – 25%

Proyecto Gamificación: 25%

Examen – 35%

En el caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario donde la docencia haya que impartirla exclusivamente en remoto se mantendrá este sistema de evaluación.

Los exámenes, salvo que las recomendaciones sanitarias lo impidan, se realizarán de manera presencial.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business
Kevin Werbach y Dan Hunter
Wharton Digital Press

Complementaria

Game On. Energize your business with Social Media Games
Jon Radoff
Wiley

Loyalty 3.0 How to Revolutionize Customer and Employee Engagement with Big Data and Gamification
Rajat Paharia
McGraw-Hill Education

Emerging Research and Trends in Gamification
Raúl Ferrer Conill
<https://www.igi-global.com/chapter/the-gamification-of-journalism/135168>