

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	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?

Veremos que es la gamificación en general, su inicio y evolución a lo largo de la historia y las diferentes aplicaciones en el mundo actual. Diferentes categorías de técnicas de juegos y videojuegos.

### 2. Game thinking/Game design

Responderemos a las preguntas ¿Qué es? ¿para qué nos sirve? ¿cómo aplicarlo a la gamificación?. Ejercicio práctico donde los alumnos tendrán que plantear soluciones a unos ejercicios prácticos donde se les plantearán una serie de situaciones “ficticias” relacionadas con el periodismo y tendrán que dar soluciones aplicando lo aprendido hasta ese momento.

### 3. Psicología de la gamificación

Estudiaremos la motivación como base de la gamificación. Conceptos psicológicos relacionados con la gamificación, diseño de premios y recompensas.

### 4. Objetivos, usos y estrategias

Oportunidades, retos y finalidad de la gamificación aplicada a diferentes sectores. Primeros conceptos de la gamificación en el periodismo. Ejercicio práctico donde se realizarán grupos en clase y se plantearán situaciones que deben resolver analizando el perfil del “lector” y creando dinámicas de motivación.

### 5. Gamificación y periodismo

Concepto, retos, aplicaciones de las técnicas de gamificación aplicadas al periodismo. Presentación del proyecto final de asignatura.

### 6. Social media y gamificación

Se analizará el uso de las redes sociales como herramienta de gamificación para alcanzar los objetivos planteados como periodistas. Clase práctica donde veremos ejemplos de la aplicación de las redes sociales como herramienta de gamificación

### 7. Data mining, gamificación y periodismo

En este tema veremos el concepto de minería de datos, la recopilación y generación de datos y el análisis avanzado y estratégico de los mismos para alcanzar nuestros objetivos. Clase práctica con Google Analytics, con datos reales de los blogs presentados como proyectos de clase.

### 8. Game changer

Explicación del concepto y cómo afecta la gamificación al periodismo actual y futuro. Clase práctica de herramientas que se pueden aplicar en estrategias de gamificación en el periodismo.

### 9. Peligros y casos de estudio

Analizaremos los peligros y riesgos de la aplicación de la gamificación de forma generalizada en el periodismo. Casos de estudio, tanto de éxito como negativos y su análisis por parte de los estudiantes.

### 10. Resultados y KPI

Veremos el concepto y las herramientas para analizar los resultados. Veremos la importancia de marcar unos objetivos a corto plazo y medibles para analizar los resultados de nuestra estrategia. Clase práctica donde extraerán los datos obtenidos hasta ese momento de su proyecto y fijarán los KPI para el trabajo final de asignatura.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura se dividirá de la siguiente forma:

- Actividades presenciales
  1. Clases presenciales.
  2. Ejercicios prácticos quincenales.
  3. Trabajo en grupo.
  4. Tutorías personalizadas.
- Actividades autónomas
  1. Proyecto final de asignatura en grupo
  2. Estudio
  3. Trabajo virtual para la difusión de los contenidos

## 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

Participación en clase – 10%

El alumno deberá participar de forma activa en la clase, contestando y planteando dudas y sugerencias a los temas propuestos. Durante la explicación de los temas, se irán lanzando preguntas y retos para que los alumnos puedan ir contestando; por cada respuesta dada ganarán puntos que les llevarán a tener medallas.

Resolución de ejercicios quincenales – 15%

Cada dos semanas, se realizarán ejercicios prácticos donde el alumno podrá aplicar la teoría vista en clase, según corresponda. Se hará de forma individual o en grupo según el ejercicio.

Proyecto final de asignatura – 40%

Deberán diseñar una estrategia de gamificación, identificando sus objetivos, retos y público objetivo por grupos, según lo visto a lo largo de la asignatura. Cada grupo tendrá una página web o blog, con un programa de analítica web y herramientas digitales, según sus necesidades. Al final del cuatrimestre deberán entregar la estrategia planteada por escrito y dar acceso al profesor a la web y al programa de análisis para ver los resultados obtenidos.

Examen – 35%

El examen se dividirá en una parte tipo test teórica y cuatro 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 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 15 de Octubre, la evaluación será de la siguiente forma:

Trabajos aula virtual: 20%

Trabajo final: 40%

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.

## 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>