

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| | | | |
|--|-------------------------------|----------------|------|
| Titulación: | Grado en Periodismo | | |
| Rama de Conocimiento: | Ciencias Sociales y Jurídicas | | |
| Facultad/Escuela: | Ciencias de la Comunicación | | |
| Asignatura: | Información Multimedia | | |
| Tipo: | Obligatoria | Créditos ECTS: | 4,50 |
| Curso: | 1 | Código: | 3288 |
| Periodo docente: | Segundo semestre | | |
| Materia: | Expresión Audiovisual | | |
| Módulo: | Habilidades de Comunicación | | |
| Tipo de enseñanza: | Presencial | | |
| Idioma: | Castellano | | |
| Total de horas de dedicación del alumno: | 112,50 | | |

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

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Información Multimedia introduce al alumno en las narrativas propias de la era digital y aporta conocimientos básicos para empezar a dominar los lenguajes multimedia, principalmente el texto y su posicionamiento. Además, el alumno conocerá el funcionamiento de las principales redes sociales para difundir sus piezas multimedia. Con un enfoque teórico-práctico el alumno reflexionará sobre la naturaleza de la información multimedia y adquirirá las destrezas necesarias para desarrollar una pieza periodística y su estrategia de difusión en redes.

La asignatura se ubica en el módulo HABILIDADES DE COMUNICACIÓN, dentro de la materia de EXPRESIÓN AUDIOVISUAL, y se imparte en el segundo cuatrimestre del primer curso del Grado de Periodismo. Información Multimedia tiene su continuidad en las asignaturas de Periodismo Multimedia y Nuevos Formatos y Diseño

Multimedia.

OBJETIVO

El fin general de esta asignatura debe ser que el alumno obtenga los conocimientos y las destrezas necesarias para ser capaz de elaborar textos periodísticos que se adapten a la nueva retórica multimedia que se ha generado en el ecosistema digital. Asimismo, el alumno debe ser capaz de posicionar y difundir de manera óptima esas informaciones en el ciberespacio a través de las redes sociales.

El alumno debe entender y asumir el compromiso que como periodista, en este caso multimedia, adquiere con la ciudadanía, algo esencial siempre pero sobre todo en la actualidad, donde prolifera la inmediatez y el gran flujo de datos, no siempre certeros, en este ecosistema.

De manera particular, los alumnos deben conocer el algoritmo de google y el funcionamiento de las principales redes sociales que actualmente los ciudadanos usan para informarse: Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los correspondientes al Grado.

CONTENIDOS

1. Introducción a la información multimedia
 2. Redacción multimedia
 3. Wordpress, plataforma de desarrollo de contenidos multimedia
 4. Identidad digital
 5. Las redes sociales y el periodismo
 6. El community manager
 7. La estrategia de contenido en redes sociales
-
1. Introducción a la información multimedia
 - Convergencia de los medios
 - Entornos de comunicación
 - Información multimedia: definición y características
 - Lenguaje multimedia: características y elementos
 2. Redacción multimedia
 - Estructura narrativa de los lenguajes multimedia
 - El texto multimedia
 - El hipervínculo
 - Introducción al posicionamiento
 3. Wordpress, plataforma de desarrollo de contenidos multimedia
 - Introducción al sitio
 - Plantillas y edición
 - Herramientas
 4. Identidad digital
 - Qué es y cómo se forma
 - Ciberseguridad
 - Identidad personal/Identidad profesional
 5. Las redes sociales y el periodismo
 - Nuevo ecosistema digital
 - Clasificación de las redes sociales online
 - Usos periodísticos de las redes sociales
 - Pautas de redacción: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok y Twitch
 6. El community manager
 - Definición
 - Funciones y habilidades
 - Gestión de casos reales

7. Estrategia de contenido en redes sociales
- Análisis de la situación
 - Definición de objetivos
 - Segmentación de la audiencia
 - Análisis de contenido
 - Creación de la estrategia de contenidos
 - Monitorización de resultados

ACTIVIDADES FORMATIVAS

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.

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.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

| ACTIVIDAD PRESENCIAL | TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL |
|---|---|
| 45 horas | 67,50 horas |
| CLASE EXPOSITIVA PARTICIPATIVA 22h EVALUACIÓN 3h CLASES PRÁCTICAS 8h SEMINARIOS TEÓRICO-PRÁCTICOS, TALLERES, CONFERENCIAS, MESAS REDONDAS 12h | TRABAJOS INDIVIDUALES O EN GRUPO 30h ESTUDIO TEÓRICO Y PRÁCTICO 26h TRABAJO VIRTUAL EN RED 11,50h |

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 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

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Competencias generales

Descubrir, valorar y contrastar con uno mismo diversas respuestas a las preguntas existenciales que caracterizan la vida personal y comunitaria.

Desarrollar la capacidad de ejercer labores informativas como director o redactor de información periodística en cualquier tipo de soporte mediático tradicional o electrónico bien como trabajador autónomo, por cuenta ajena y en sistemas de autoempleo.

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

Competencias específicas

Adquirir la capacidad para utilizar, los recursos informáticos, las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados o interactivos (multimedia).

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Adquirir los criterios fundamentales para aprovechar las sinergias que facilita el medio digital con el objetivo de elegir la mejor manera de informar al receptor.

Conocer las principales características del formato multimedia, su evolución y sus posibilidades.

Capacidad para estructurar el pensamiento, expresar lógicamente las ideas y utilizar adecuadamente el lenguaje mediante la utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información.

Conocer e interpretar la información de actualidad mediante trabajos individuales y colectivos. Analizar los acontecimientos de actualidad desde la verdad y con la responsabilidad que le corresponde a un periodista desde los nuevos soportes. Ejercer la función social que cumplen los profesionales de los medios de comunicación durante la labor informativa y las obligaciones que contraen.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- 1.A. Evaluación continua:
- Prácticas (individuales y grupales): 20%
 - Reflexiones escritas: 10%
 - Participación en el foro de la asignatura: 10%

- Proyecto transversal: 10%
- Examen: 50%

1.B. Evaluación continua sin proyecto transversal:

- Prácticas (individuales y grupales): 20%
- Reflexiones escritas: 10%
- Participación en el foro de la asignatura: 10%
- Proyecto final: 10%
- Examen: 50%

2. Sin evaluación continua y convocatoria extraordinaria:

- Trabajo individual: 30% (Trabajo final que aglutine la parte práctica aprendida en la asignatura)
- Reflexiones escritas: 10%
- Examen: 60%

Para poder calcular la nota final teniendo en cuenta los porcentajes establecidos, tanto la parte práctica como el examen deben estar aprobados. Asimismo, si una práctica o el examen presenta tres faltas de ortografía automáticamente esa prueba estará suspendida.

Cada apartado es obligatorio y si alguno no ha sido superado por el alumno, quedará pendiente para convocatoria extraordinaria, cuando se seguirán los mismos criterios de evaluación.

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

Cebrián, M. y Flores, J. (2014). Innovaciones periodísticas en las redes sociales. Universidad Complutense de Madrid.

Díaz Noci, J. y Salaverría Aliaga, R. (2003). Manual de redacción ciberperiodística. Editorial Ariel.

Jaraba, G. (2014). Periodismo en Internet. Cómo escribir y publicar contenido de calidad en la red. Ediciones RobinBook.

Marquina-Arenas, J. (2012). Plan Social Media y community manager. Editorial UOC.

Pérez-Soler, S. (2018). Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales. Editorial UOC

Complementaria

Bernal Triviño, A. I. (2014). Herramientas digitales para periodistas: guía práctica para el periodismo online. Editorial UOC

Candón, M.J. (2009). Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información. UCM

Castells, M. (2002) Galaxia Internet. Plaza y Janes, Barcelona

Cortés, M. (2009). Nanoblogging. Los usos de las nuevas plataformas de comunicación en la red. Editorial UOC.

Del Fresno, M., Marqués, P. y Paunero, D. (2014). Conectados por redes sociales. Introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. UOC.

Cobo, S. (2012). Internet para periodistas. Barcelona: UOC.

Cobo, S. (2012). Internet para periodistas. Barcelona: UOC.

Flores, J. y Arruti, A.M. (2001). Ciberperiodismo: nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital. Ediciones 2010

Jaraba, G. (2015). Twitter para periodistas: cómo usar con profesionalidad el microblogging para sacar partido de la red. Editorial UOC

Jenkins, H. (2006). Convergence culture. New York University Press, NY

Larrondo Ureta, A. (2009). Los géneros en la redacción ciberperiodística. Argitalpen Zerbitzua Servicio Editorial.

Noguera, J.M. (2012). Redes y periodismo. Cuando las noticias se socializan. Editorial UOC.

Parra Valvarce, D. y Álvarez Marcos, J. (2004). Ciberperiodismo. Editorial Síntesis.