

GUIA DOCENTE

Máster Universitario en Información Digital

1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Web Social
- **Tipo de asignatura:** Obligatoria
- **Trimestre:** 3r Trimestre
- **Créditos:** 7 ECTS
- **Horas de dedicación del estudiante:** 175 horas
- **Idioma de docencia:** castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Rafael Pedraza (Dr.)
- **Profesor de la asignatura:** Rafael Pedraza (Dr.) y Cristòfol Rovira (Dr.)
- **Datos de contacto:** masterinformaciondigital@gmail.com

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Contenidos

Tema 1: Fundamentos de Social Media

- Introducción a las redes sociales
- Dinamizar comunidades virtuales
- Aspectos legales en Social Media
- La profesión de Community Manager

Tema 2: Social Media optimización

- Objetivos del SMO
- Herramientas y métodos
- Análisis y medición de canales
- SEO social

Tema 3: Planificación y monitorización

- Auditoria de social media
- El Plan de Social Media
- Monitorizar redes sociales
- Informes sobre redes sociales

Tema 4: Reputación online

- Marca personal
- Crisis y reacción
- Estrategia de reputación
- Auditoria de la reputación

Competencias a adquirir

CE3. Usar cualquier herramienta disponible en Internet que permita obtener datos e información relevante para el diseño web, el posicionamiento en buscadores, el marketing online y la

optimización de la presencia en las redes sociales.

CE6. Tomar decisiones sobre la mejor manera de alcanzar los objetivos de las empresas e instituciones a través del análisis de los datos proporcionados por herramientas de analítica web, posicionamiento web, marketing online y de estadísticas del comportamiento de los usuarios en Internet.

CE7. Optimizar la presencia en Internet y en las redes sociales de empresas, organizaciones y personas para ayudar a alcanzar los objetivos comerciales o institucionales planteados.

CE8. Mostrar un alto grado de conocimientos sobre Internet, redes sociales, herramientas para el análisis de la web y de los mejores procedimientos para el diseño, la creación y la evaluación de sistemas para la gestión de la información digital.

Resultados de aprendizaje

3.1. Encontrar herramientas de calidad online que permitan obtener información relevante ante determinados objetivos de gestión documental planteados.

3.2. Mostrar conocimientos en el uso de herramientas online para la obtención de información útil para la toma de decisiones en el contexto de la gestión de la información digital de empresas e instituciones.

3.3. Valorar la calidad de las herramientas disponibles en Internet de acuerdo a criterios que permitan alcanzar objetivos estratégicos previamente estipulados.

6.3. Argumentar la necesidad de realizar cambios en las redes sociales sobre la base de los datos estadísticos de los comportamientos de los usuarios en Internet

7.1. Proponer mejoras en el uso de las redes sociales para mejorar la reputación online.

8.1 Argumentar cuales son las principales ventajas e inconvenientes de las herramientas para la evaluación de páginas web

8.2 Comparar Sistemas de Gestión de Contenidos para identificar el que mejor se adapta a determinadas especificaciones.

8.3. Comparar redes sociales para identificar la que se adapta mejor a determinadas condiciones

8.4. Identificar cuáles son las características óptimas de una sede web para que sea encontrada en los buscadores antes que sus competidoras

8.5 Argumentar cuales son las principales ventajas e inconvenientes de las técnicas de la evaluación de la usabilidad.

8.6 Seleccionar los mejores procedimientos para el diseño y la creación de sitios web de acuerdo determinadas especificaciones

Metodología docente

La metodología docente está basada en la participación del estudiante en diversas actividades formativas, algunas son individuales y otras en grupo para potenciar el aprendizaje colaborativo.

1. Visualización de vídeos de los profesores (individual)
2. Lectura de las lecciones redactadas específicamente para el máster (individual)
3. Realización de diversos tipos de actividades prácticas sobre el uso, análisis y evaluación de herramientas o servicios disponibles en Internet. (individual)
4. Realización de actividades de auto-evaluación por medio de tests de elección múltiple (individual)
5. Participación en foros de debate (en grupo)
6. Revisión y análisis de los mapas conceptuales (individual)

7. Respuesta en las votaciones (en grupo)
8. Participación en webinars de video conferencia en tiempo real con el profesor (en grupo)

Evaluación

- Comunicación con el profesor: participación en webinarios y consultas al profesor 10%
- Pruebas de evaluación individuales: examen preguntas cortas y análisis y resolución de casos reales: 50%
- Pruebas de evaluación en grupo: foros de debate evaluados y trabajos en grupo: 40%

Actividades formativas

Dentro del aula virtual (77,1%):

- Lectura de contenidos: 40 horas
- Visionado de los vídeos del profesor: 10 horas
- Participación en foros de debate sobre el contenido: 15 horas
- Consultas al profesor y al tutor pedagógico: 10 horas
- Actividades individuales: test de elección múltiple, resolución de preguntas cortas, presentación en vídeo, ensayo, mapa conceptual, análisis de casos reales...: 30 horas
- Actividades en grupo: realización de un mapa conceptual, participación en videoconferencias en tiempo real con el profesor, creación de un repositorio, realización de un blog, elaboración de un documento Wiki, elaboración de una base de datos...: 30 horas

Fuera del aula virtual (22,8%)

- Lecturas complementarias y consulta de bibliografía: 20 horas
- Búsqueda de información: 10 horas
- Preparación adicional para las actividades de evaluación: 10 horas

Información sobre las sesiones

Semana 1: Fundamentos de Social Media

- Introducción a las redes sociales
- Dinamizar comunidades virtuales
- Aspectos legales en Social Media
- La profesión de Community Manager

Semana 2: Social Media optimización

- Objetivos del SMO
- Herramientas y métodos
- Análisis y medición de canales
- SEO social

Semana 3: Planificación y monitorización

- Auditoria de social media
- El Plan de Social Media
- Monitorizar redes sociales
- Informes sobre redes sociales

Semana 4: Reputación online

- Marca personal
- Crisis y reacción
- Estrategia de reputación
- Auditoria de la reputación

3. PROFESORADO

Dr. Rafael Pedraza

Profesor del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Forma parte del grupo de investigación Documentació Digital i Comunicació Interactiva – DIGIDOC.

Participación en proyectos vivos de investigación con financiación competitiva:

Turista en la web: hábitos informacionales y selección de destino turístico. FERNANDEZ CAVIA, JOSÉ (IP). PEDRAZA JIMENEZ, RAFAEL (CO-IP). CSO2014-59896-P. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (MINECO) 2015-2017

Publicaciones recientes:

A semi-automatic indexing system based on embedded information in HTML documents. M Vázquez, R Pedraza-Jiménez, L Codina, S Blanco, C Rovira. Library Hi Tech 33 (2), 195-210

Updating controlled vocabularies by analysing query logs. M Vázquez, R Pedraza-Jiménez, L Codina, S Blanco, C Rovira. Online Information Review 39 (7), 870-884

Chinese social media strategies: Communication key features from a business perspective
X He, R Pedraza-Jiménez. El profesional de la información 24 (2), 200-209

Cristòfol Rovira (Dr.)

Profesor del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Forma parte del grupo de investigación Documentació Digital i Comunicació Interactiva – DIGIDOC.

Participación en proyectos vivos de investigación con financiación competitiva:

Creación y contenido interactivo en la comunicación de información audiovisual: audiencias, diseño, sistemas y formatos. FREIXA FONT, PERE (IP). CODINA, LLUÍS (CO-IP). CSO2015-64955-C4-2-R. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (MINECO) 2016-2018

Publicaciones recientes:

Bases teóricas y revisión Bibliográfica del estudio de los mapas conceptuales con el seguimiento de la mirada. C Rovira. El profesional de la información 25 (1), 59-74

Updating controlled vocabularies by analysing query logs. M Vázquez, R Pedraza-Jiménez, L Codina, S Blanco, C Rovira. Online Information Review 39 (7), 870-884

A semi-automatic indexing system based on embedded information in HTML documents. M Vázquez, R Pedraza-Jiménez, L Codina, S Blanco, C Rovira. Library Hi Tech 33 (2), 195-210

4. BIBLIOGRAFIA

Obligatoria

Leiva Aguilera, Javier. Redes sociales: situación y tendencias en torno a la Información y la Documentación. Baratz, 2009. <http://eprints.rclis.org/14429/>

Ugarte, David. El poder de las redes.
http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf

Watts, Duncan J. Seis grados de separación: la ciencia de las redes en la era del acceso. Paidós, 2006.

Recomendada

El blog de José Fachhin. Como crear una página en Facebook para mi negocio
<http://josefachhin.com/2015/04/15/como-crear-una-pagina-de-facebook-para-mi-negocio/>

Marketing Positivo. La gran guía de las páginas de Google Plus
<http://www.marketingpositivo.es/p/la-gran-guia-de-las-paginas-google.html>

Estudio sobre los factores SEO que influyen en Facebook
<http://www.aimclearblog.com/2010/06/24/facebook-seo-ranking-factors-2010-study-results/>