

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Nuevas tecnologías. Módulo V.
Titulación	Máster Universitario en Comunicación y Periodismo Deportivo
Escuela/ Facultad	Escuela Universitaria Real Madrid-Universidad Europea
Curso	1º
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	2º
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Dr. David Grávalos

2. PRESENTACIÓN

En el módulo de “Nuevas tecnologías se estudia el nuevo paradigma de los medios de información que exige la formación en social media que permita al estudiante ejercer su profesión en entornos colaborativos y adaptarse al entorno cambiante que han marcado los nuevos medios sociales así como crear la estrategia de comunicación, medir y analizar su impacto.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB5: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias transversales:

- CT2: Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- CT4: Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT5: Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- CT6: Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.
- CT8: Espíritu emprendedor: Capacidad para asumir y llevar a cabo actividades que generan nuevas oportunidades, anticipan problemas o suponen mejoras.

Competencias específicas:

- CE4: Obtener el mayor aprovechamiento de los distintos géneros periodísticos (informativos, interpretativos y de opinión) con su correcta aplicación a los diversos medios (prensa tradicional, prensa digital, radio y televisión).
- CE5: Elaborar contenidos periodísticos de carácter deportivo aptos para su difusión en medios impresos (tradicionales o digitales), diarios o de distinta periodicidad (revistas).
- CE6: Establecer las bases de estrategia digital y redes sociales necesarias para los medios de comunicación.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Comprensión de conocimientos relacionados con las nuevas tecnologías de la comunicación.
- RA2: Conocimiento de los medios de comunicación *online*, con especial atención a la faceta más relacionadas con el periodismo deportivo.
- RA3: Proyecto de una publicación *online*.
- RA4: Realización de un blog de periodismo deportivo.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB5, CT2, CT6, CE6	RA1
CB5, CT2, CT6, CE6	RA2
CB1, CB2, CT2, CT4, CT5, CT8, CE4, CE5	RA3
CB1, CB2, CT2, CT4, CT5, CT8, CE4, CE5	RA4

4. CONTENIDOS

Unidad de aprendizaje 1 (UA1): Panorama de las redes sociales

- Redes sociales y nuevas tendencias.
- Panorama de los medios de comunicación online.
- Análisis estratégico de las redes sociales.
- Marketing digital en redes sociales.
- Marca personal y reputación en redes.
- Estrategia publicitaria en medios digitales.

Unidad de aprendizaje 2 (UA2): Herramientas en el uso de redes sociales y páginas web

- El mundo de los blogs deportivos. Actividades y casos prácticos.
- Estructura de la web deportiva.
- Tecnología aplicada al periodismo deportivo.
- El community manager en medios deportivos.
- Big Data y visualización de datos en el entorno deportivo.
- Posicionamiento SEO en el periodismo deportivo.
- Herramientas de control en el uso de redes sociales.
- Analítica, evaluación y métricas.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Aprendizaje basado en proyectos
- Entornos de simulación
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	50
Análisis de casos	17,5
Elaboración de informes y escritos	10
Trabajo autónomo	25
Pruebas presenciales de conocimiento	5
Actividades en talleres y/o laboratorios	15
Tutorías	15
Visitas externas	12,5
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	40%
Informes y escritos	20%
Caso/problema	20%
Observación del desempeño	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Infografía.	Enero
Actividad 2. Publicaciones Blog.	Noviembre a Mayo
Actividad 3. Ejercicio SEO.	Diciembre
Actividad 4. Examen individual.	Abril

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es parte del trabajo autónomo del alumno. El profesor podrá orientar al alumno en esta búsqueda.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

A. ESCRITURA EN INTERNET

- CASSANY, DANIEL. Añadir Editar EN LINEA: LEER Y ESCRIBIR EN LA RED. ANAGRAMA, 2012.
- GARCIA ANDRES, MIGUEL ANGEL. LEER Y ESCRIBIR EN LA ERA DE INTERNET: ANALISIS Y PROPUESTAS PARA LA LECTURA Y ESCRITURA EN SECUNDARIA. GOBIERNO DE NAVARRA PRENSA PUBLICAC, 2008.
- SALAVERRIA, RAMON. REDACCION PERIODISTICA EN INTERNET. EUNSA. EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA, S.A., 2005.
- TASCON, MARIO. ESCRIBIR EN INTERNET. GALAXIA GUTENBERG, 2012.

B. CRÍTICA AL PERIODISMO Y A LA RED SOCIAL

- FAERMAN, JUAN. FACEBOOK: EL LIBRO QUE FACEBOOK, NO QUIERE QUE LEAS. ALIENTA, 2010.
- KAPUSCINSKI, RYSZARD. LOS CINICOS NO SIRVEN PARA ESTE OFICIO: SOBRE EL BUEN PERIODISMO (8a ED.). ANAGRAMA, 2005.

C. SOCIAL MEDIA PLAN

- MARQUINA ARENAS, JULIAN. Añadir Editar PLAN SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGER. UOC (UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA), 2012.
- REDONDO, MARIA y ROJAS, PEDRO. COMO PREPARAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA MARKETING. EDICIONES GESTION 2000, 2013.

D. COMMUNITY MANAGER

- RODRIGUEZ FERNANDEZ, OSCAR. COMMUNITY MANAGER: CONVIERTETE EN EXPERTO EN SOCIAL MEDIA. ANAYA MULTIMEDIA, 2011.
- RODRIGUEZ FERNANDEZ, OSCAR. CURSO DE COMMUNITY MANAGER. ANAYA MULTIMEDIA, 2012.
- VV.AA. COMMUNITY MANAGER EN LA WEB 2.0 (IMPRESION BAJO DEMANDA). IC EDITORIAL, 2013.

E. MÉTRICAS

- LOVETT, JOHN. SOCIAL MEDIA: METRICAS Y ANALISIS. ANAYA MULTIMEDIA, 2012.

F. APLICACIONES

- MILLER, MICHAEL. Añadir Editar PINTEREST (SOCIAL MEDIA). ANAYA MULTIMEDIA, 2012.
- RODRIGUEZ FERNANDEZ, OSCAR. FACEBOOK: APLICACIONES PROFESIONALES Y DE EMPRESA (ED. 2012). ANAYA MULTIMEDIA, 2012.
- RODRIGUEZ FERNANDEZ, OSCAR. TWITTER: APLICACIONES PROFESIONALES Y DE EMPRESA. ANAYA MULTIMEDIA, 2011.

G. MÁRKETING

- CARBALLAR, JOSE ANTONIO. SOCIAL MEDIA: MARKETING PERSONAL Y PROFESIONAL. RC LIBROS, 2012.
- FOX. MARKETING DE LA ERA GOOGLE (SOCIAL MEDIA), VANESSA. ANAYA MULTIMEDIA, 2013.
- GOROSPE, BERTOL y ZUNZARREN, HUGO. GUIA DEL SOCIAL MEDIA MARKETING. ESIC EDITORIAL, 2012.
- GOSENDE GRELA, JAVIER. MARKETING CON REDES SOCIALES. ANAYA MULTIMEDIA, 2011.

H. REPUTACIÓN SOCIAL

- BEAL, ANDY (2014) 'REPPED: 30 DAYS TO A BETTER ONLINE REPUTATION'. MARKETING PILGRIM
- COLLADO DURÁN, EVA (2019) 'EL MUNDO CAMBIA, ¿Y TÚ?', BARCELONA, ALIENTA EDITORIAL
- DEL FRESNO, MIGUEL. EL CONSUMIDOR SOCIAL: REPUTACION ONLINE Y SOCIAL MEDIA. UOC (UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA), 2012.
- JONES, CYNTHIA (2019) 'PLATFORM: THE ART AND SCIENCE OF PERSONAL BRANDING', NEW YORK, LORENA JONES BOOKS
- LAMBERT, CHARLES M. (2019) 'DIGITAL SPORTS JOURNALISM', LONDON AND NEW YORK, ROUTLEDGE
- LEIVA AGUILERA, JAVIER (2013) 'GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE'. EDITORIAL UOC
- MIAH, ANDY (2017) 'SPORTS 2.0: TRANSFORMING SPORTS FOR A DIGITAL WORLD', CAMBRIDGE MA, THE MIT PRESS
- MCKERGOW, M. AND JACKSON, PAUL Z. (2006) 'THE SOLUTION FOCUS: MAKING COACHING AND CHANGE SIMPLE', NICHOLAS BREALEY INTERNATIONAL
- RECOLONS, GUILLEM (2020) 'SI NO APORTAS NO IMPORTAS: CLAVES PARA IDENTIFICAR Y PROYECTAR TU DIFERENCIAL Y TU VALOR'. EDITORIAL RASCHE
- YED, MATTHEW (2016) 'PENSAMIENTO CAJA NEGRA', EMPRESA ACTIVA

I. ASPECTOS TEÓRICOS BÁSICOS

- BAUMMAN, ZYGMUNT (2002). MODERNIDAD LÍQUIDA. MADRID: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.
- BAUMMAN, ZYGMUNT (2005). AMOR LÍQUIDO. MADRID: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.
- DAVIES, MARK Y CATLING, TINA (2013) ¿LO QUIERO! MADRID: GESTIÓN 2000.
- HENRY JENKINS; FORD, SAM Y GREEN, JOSHUA (2013). SPREADABLE MEDIA. NUEVA YORK: NEW YORK UNIVERSITY PRESS.
- HUIZINGA, JOHAN (2012). HOMO LUDENS. MADRID: ALIANZA.
- MATTELART. ARMAND (2009). UN MUNDO VIGILADO. HISTORIA DE LA UTOPIA PLANETARIA. DE LA CIUDAD PROFÉTICA A LA SOCIEDAD GLOBAL. BARCELONA: PAIDÓS
- MATTELART. ARMAND (2000). HISTORIA DE LA UTOPIA PLANETARIA. DE LA CIUDAD PROFÉTICA A LA SOCIEDAD GLOBAL. BARCELONA: PAIDÓS.
- MATTELART. ARMAND (2001). HISTORIA DE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. DE LA CIUDAD PROFÉTICA A LA SOCIEDAD GLOBAL. BARCELONA: PAIDÓS.
- ORWELL, GEORGE (1949). 1984. MADRID: EDITOTIAL LECTORUM.
- RAMONET, IGNACIO (1998). LA TIRANÍA DE LA COMUNICACIÓN. TRAD. ANTONIO ALBIÑANA. MADRID: TEMAS DE DEBATE
- SCOLARI, CARLOS ALBERTO (2013). NARRATIVAS TRANSMEDIA: CUANDO TODOS LOS MEDIOS CUENTAN. MADRID: DEUSTO.
- TOFFLER, ALVIN (1980). LA TERCERA OLA. MADRID: PLAZA Y JANÉS.
- VIRILIO, PAUL. CIBERMUNDO (2005). LA POLÍTICA DE LO PEOR. MADRID: ALIANZA.
- WARNIER, JEAN-PIERRE (2002). LA MUNDIALIZACIÓN DE LA CULTURA. MÉXICO: GEDISA.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.