

**Guía Docente**

**ASIGNATURA: Redes Sociales, Internet y Nuevas Pantallas**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

### 1.- ASIGNATURA:

Nombre: Redes Sociales, Internet y Nuevas Pantallas	
Curso(s) en el que se imparte: Todos	
Carácter:	Asignaturas interdisciplinares

## 2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

### 1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

PROFESOR(ES)	DATOS DE CONTACTO	
Álvaro de la Torre Araus	Tfno. 676216036	e-mail: adtorre@ceu.es

### 2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail, del teléfono.

## 3. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

### 1.- DE CONOCIMIENTOS:

- Comprensión de la Comunicación Social como un campo de análisis y reflexión académicos y estudio de las Teorías, conceptos y elementos fundamentales en los estudios sobre comunicación.
- Análisis crítico del lugar de la comunicación en la sociedad actual, así como los condicionantes a que está sometida.
- Análisis y conocimiento de los fundamentos de la actividad digital y comunicativa. Estudio del contenido comunicativo desde un punto de vista descriptivo, crítico y valorativo.

## 2.- DE COMPETENCIAS:

### BÁSICAS:

CB1- Adquisición de conocimientos  
CB2- Aplicación de conocimientos  
CB3- Reflexión, síntesis y emisión de juicios  
CB4- Comunicación

### ESPECÍFICAS:

- Comprensión de la Comunicación Social como un campo de análisis y reflexión académicos frente a su uso cotidiano y poco crítico.
- Conocer la estructura del medio digital, nuevas tendencias y los elementos de la narración digital o redacción no lineal.
- Saber distinguir las diferentes formas de comunicación y sus funciones y analizar críticamente el lugar de la información en la sociedad actual, así como los condicionantes a que está sometida.
- Localizar, ordenar, clasificar y analizar las fuentes de información pertinentes en cada caso.
- Saber analizar los mensajes comunicativos

## COMPETENCIAS DE LA MATERIA DE REFERENCIA

### **BÁSICAS**

**CB1-** Adquisición de conocimientos  
**CB2-** Aplicación de conocimientos  
**CB3-** Reflexión, síntesis y emisión de juicios  
**CB4-** Comunicación

## 4. METODOLOGÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 2.1- DESCRIPCIÓN DE LA PRESENCIALIDAD

#### 1.- CLASE MAGISTRAL:

El profesor explicará los principios teóricos fundamentales de cada tema propuesto en el temario. A partir de estas clases expositivas el alumno profundizará en cada uno de los temas mediante las clases presenciales y la lectura del material didáctico aportado por el profesor con el objeto de que el alumno amplíe y profundice en los contenidos.

#### 2.- SEMINARIO:

Los seminarios tienen la finalidad de favorecer la aplicación práctica de los conocimientos transmitidos por el profesor en las clases teóricas. En los seminarios el profesor propondrá al alumno distintos estudios de caso orientados a la formación de un criterio sólido para el análisis de los entornos digitales

#### 3.- GRUPO DE TRABAJO:

Las sesiones del Grupo de Trabajo serán en la sala de ordenadores y están encaminadas a:

1. Instruir a los alumnos en destrezas básicas para el diseño y la planificación on-line y el manejo de las herramientas 2.0.
2. Crear, mantener y saber utilizar perfiles en redes sociales.

## 6. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

### 1.- PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

#### **1. INTRODUCCIÓN AL MEDIO DIGITAL**

1. Contadores de historias en el entorno digital
2. Nuevas competencias, nuevos perfiles profesionales
3. La Arquitectura de la Información

#### **2. EL MEDIO DIGITAL**

1. El fenómeno de Internet
  - 1.1 Introducción. Definición
  - 1.2 Arquitectura servidor-cliente
  - 1.3 Protocolos
  - 1.4 Navegadores
  - 1.5 Historia de Internet
  - 1.6 La World Wide Web
2. La Web 2.0 y la 3.0
  - 2.1 Concepto
  - 2.2 Características
  - 2.3 Servicios
3. Las nuevas herramientas
  - 3.1 Searching
  - 3.2 Marcadores sociales
  - 3.3 Redes sociales y sindicación de contenidos
  - 3.4 Wikis
  - 3.5 Blog
  - 3.6 Noticias
  - 3.7 Audio digital, podcasting y video
4. Indexación, SEM y SEO
5. En diseño en Internet: Usabilidad

#### **3. EL MENSAJE DIGITAL**

1. Definición
2. Características del mensaje digital
  - 2.1 Producto digital
  - 2.2 Accesibilidad
  - 2.3 Multimedialidad
  - 2.4 Actualización
  - 2.5 Instantáneo
  - 2.6 Universalidad
  - 2.7 Hipertextualidad
  - 2.8 Interactividad
  - 2.9 Personalización
  - 2.10 Memoria
3. La estructura hipertextual
  - 3.1 Definición de hipertexto, hiperdocumento e hipermedia
  - 3.2 Estructura del hipertexto
  - 3.3 Elementos del hipertexto
  - 3.4 Características del hipertexto

#### **4. REDES SOCIALES**

1. Horizontales: buscan proveer herramientas para la interrelación en general: Facebook, Google+, Hi5, Bebo .
2. Verticales por tipo de usuario: dirigidos a un público específico y profesionales LinkedIn, amantes de música, etc
3. Verticales por tipo de actividad: los que promueven una actividad particular. Videos YouTube,

Microbloggin Twitter, compras, etc.

## 7. BIBLIOGRAFÍA DE LA ASIGNATURA

### 1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Salaverría, R. y Negro, S.: *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona, Editorial Sol 90, 2009.
- Salaverría, R.: *Cibermedios* Sevilla, CSEP, 2005.
- Salaverría, R.: *Redacción periodística en Internet*, Pamplona, Eunsa, 2005.

### 2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Barrett, E.: *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*. Barcelona, Paidós, 1997.
- Briggs, M.: *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*. Washington, John S & James L. Knight Foudation, 2007.
- Cabrera, M<sup>a</sup>.A.: *La Prensa online. Los periódicos en la WWW*. Barcelona, CINMS 97, 2000.
- Castells, M.: *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid. Arete, 2001.
- Cerezo, J.M.: *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid, Fundación France Telecom España, 2006.
- Cornella, A.: *Infonomialcom La empresa es información*. Bilbao, Deusto, 2000.
- Cristo Alfonso, S.: *¿Cómo optimizar mi sitio para Google?* Madrid, Editorial Budok, 2009.
- de Pablos, J.M.: *La red es nuestra. El periódico telemático, la revista online, la radio digital*
- Barrett, E.: *Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento*. Barcelona, Paidós, 1997.
- Briggs, M.: *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*. Washington, John S & James L. Knight Foudation, 2007.
- Cabrera, M<sup>a</sup>.A.: *La Prensa online. Los periódicos en la WWW*. Barcelona, CINMS 97, 2000.

- Castells, M.: *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid. Arete, 2001.
- Cerezo, J.M.: *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid, Fundación France Telecom España, 2006.
- Cornella, A.: *Infonomialcom La empresa es información*. Bilbao, Deusto, 2000.

