Ecosistema de medios sociales y herramientas digitales

Módulo	*Estrategia*
Materia/Asignatura	*Ecosistema de medios sociales y herramientas digitales*
Tipología	*Obligatoria*
Número de créditos ECTS	*5*
Modalidad	*Presencial*
Semestre	*1*
Lenguas en que se imparte	*Castellano y/o gallego*

Resultados de aprendizaje

CON01, CON02, HAB01, HAB04, COM07

Contenidos *(Breve descripción)*

- ***Economía digital y ecosistema de medios sociales:*** *Análisis crítico de la evolución y transformación del sistema mediático contemporáneo. Estudio de la cultura participativa y el comportamiento humano en redes. Evaluación de los modelos de negocio de las plataformas digitales, la consideración del usuario como activo estratégico, los procesos de captación y retención mediante el diseño de la experiencia de usuario (UX) y la mediación algorítmica.*
- ***Actores del ecosistema de medios sociales, intereses y motivaciones:*** *Cartografía de las plataformas y corporaciones tecnológicas globales. Análisis de las motivaciones, intereses y dinámicas de comportamiento de las audiencias digitales desde la perspectiva de sus múltiples roles (consumidores, creadores y prosumidores). Estudio de la opinión pública en entornos digitales, con especial atención a los fenómenos de la posverdad, la desinformación y el análisis de tendencias emergentes.*
- ***Herramientas TIC para uso profesional:*** *Desarrollo de la competencia digital avanzada y la alfabetización mediática en entornos corporativos. Introducción teórica y aplicada al uso profesional de la inteligencia artificial generativa. Evaluación y manejo estratégico de herramientas para la curaduría, creación, publicación y gestión automatizada de contenidos digitales, fomentando el aprendizaje autónomo y continuo.*
- ***Redacción en redes sociales y entornos digitales:*** *Estudio avanzado de la narrativa digital: lenguaje, estilo, género y arquitectura de los contenidos textuales interactivos. Aplicación práctica de técnicas de redacción especializadas para redes sociales, plataformas de microblogging y boletines informativos (newsletters). Criterios analíticos de optimización de la redacción para motores de búsqueda tradicionales (SEO) y sistemas conversacionales/motores de IA.*
- ***Principales métricas e indicadores en los medios sociales:*** *Taxonomía de las métricas en redes sociales orientadas a objetivos tácticos y estratégicos, desde el alcance y la interacción hasta la conversión. Metodologías para la interpretación de métricas básicas y auditoría de canales.*

Análisis crítico de los informes y barómetros de referencia del sector digital a nivel nacional e internacional.

Observaciones

Actividades Formativas

Actividad formativa	***Horas***	***Presencialidad***
Seminarios*: Sesiones presenciales interactivas dedicadas al análisis crítico, debate y reflexión sobre el entorno digital a partir de informes sectoriales y lecturas académicas, incluyendo la resolución de ejercicios prácticos breves en el aula.*	*45*	*60%*
Trabajo tutelado*: Actividad práctica guiada donde el estudiante planifica y gestiona de forma autónoma un ecosistema de contenidos digitales reales. Incluye tutorías periódicas de seguimiento y culmina con la entrega de una memoria técnica de resultados.*	*80*	*20%*

Metodologías Docentes (Seleccionar las que se emplearán) *

☒	*Seminario*	*Sesiones dinámicas basadas en la discusión guiada y el pensamiento crítico a partir de problemáticas del sector introducidas por el docente. Se complementa con retos prácticos aplicados para consolidar los conceptos abordados.*
☒	*Trabajo tutelado*	*Aprendizaje autónomo supervisado donde el alumnado ejecuta asíncronamente un proyecto digital real. El cuerpo docente realiza una mentorización continua y evalúa el proceso a través de una memoria técnica final.*

Sistemas de Evaluación *

Sistema de evaluación	***Ponderación mínima***	***Ponderación máxima***
Trabajo	*50%*	*80%*
Observación sistemática	*10%*	*40%*