



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

IDENTIDAD DIGITAL Y REPUTACIÓN ONLINE

**GRADO EN COMUNICACIÓN
PRESENCIAL**

CURSO ACADÉMICO 2020-2021

ÍNDICE

| | |
|-----------------------------------|---|
| RESUMEN | 3 |
| DATOS DEL PROFESORADO | 3 |
| COMPETENCIAS | 3 |
| RESULTADOS DE APRENDIZAJE..... | 4 |
| CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA | 4 |
| METODOLOGÍAS | 5 |
| ACTIVIDADES FORMATIVAS | 8 |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | 8 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 9 |

RESUMEN

| | | | |
|------------------------------|--|---------------|------------|
| Centro | FACULTAD DE COMUNICACIÓN | | |
| Titulación | GRADO EN COMUNICACIÓN | | |
| Asignatura | Identidad digital y reputación online | Código | F2C1G03031 |
| Materia | Tecnologías, Herramientas, Estrategias Digitales Branding | | |
| Carácter | Obligatoria | | |
| Curso | Tercero | | |
| Semestre | 1º | | |
| Créditos ECTS | 6 | | |
| Lengua de impartición | Castellano | | |
| Curso académico | 2020-2021 | | |

DATOS DEL PROFESORADO

| | |
|----------------------------------|--|
| Responsable de Asignatura | CARMELO SÁNCHEZ SALAS |
| Correo electrónico | carmelo.sanchez@pdi.atlanticomedio.es |
| Teléfono | 828.019.019 |
| Tutorías | Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario. |

COMPETENCIAS

Competencias básicas:

CB1

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.

CB2

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.

CB3

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4

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

CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

- CG1 - Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.
- CG4 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.
- CG6 - Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.
- CG7 - Manejar las lenguas española e inglesa (con un nivel B1 según los criterios establecidos por el MCER) de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos específicos en los medios de comunicación.

Competencias transversales:

No existen datos

Competencias específicas:

- CE19 - Conocimiento de los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en la creación de la identidad digital en las instituciones públicas y privadas.
- CE20 - Conocimiento de los conceptos fundamentales de análisis, planificación, así como de las técnicas de elaboración de estrategias de marketing online en instituciones públicas, privadas y medianas y pequeñas empresas.
- CE21 - Conocimiento de las técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacitación para el ejercicio de las funciones del Social Media Strategist y el Community Manager dentro del esquema comunicativo y de los atributos, normas y principios básicos del Marketing Digital (Redes Sociales, SEO, SEM, Analítica, Marketing de Contenido, Marketing Relacional, Buzz Marketing, Email Marketing, Afiliación...).

- Conocer los fundamentos del marketing, su relación con la publicidad y entender el concepto de marca; desarrollar la capacidad y habilidad para desarrollar proyectos de investigación y análisis relacionados con las marcas especialmente en el entorno on-line.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- **Introducción al concepto de una marca.**
- **Proceso de creación de una marca.**
- **Comunicación estratégica de las marcas.**
- **Investigación y medición de la reputación e imagen de una marca.**
- **Principales métodos y enfoques de investigación de la reputación e imagen de marca.**
- **Valoración económica de las marcas. Análisis del comportamiento de una marca en entornos digitales.**
- **Análisis de las mejores prácticas de la creación y gestión de marcas en entornos digitales.**

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Bloque A

TEMA 1. DEFINICIÓN DE IDENTIDAD DIGITAL

1.1 Definición

1.2 Cibercultura

1.3 Límites identidad analógica/digital

1.4 Menores e identidad Digital

TEMA 2. TIPOS DE IDENTIDAD DIGITAL

2.1 Tipos

TEMA 2B. ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD DIGITAL

2.2 Nick //avatar

2.3 Publicación // comentario

2.4 Contenidos // enlaces

2.5 Contactos // aportaciones

2.6 Direcciones de correo

2.7 Mensajerías instantáneas

2.8 Perfiles

2.9 Utilización y responsabilidad de la información

TEMA 3.

CARACTERÍSTICAS DE LA IDENTIDAD DIGITAL

TEMA 4. GESTIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL

4.1 Realidad

4.2 Crisis de identidad digital.

4.3. Caso Hawkers

4.4. Otros casos

TEMA 5. CONCEPTOS DE IDENTIDAD DE MARCA

- 5.1 Visibilidad
- 5.2 Reputación
- 5.3 Privacidad
- 5.4 Huella digital

TEMA 6. IDENTIDAD DIGITAL EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

TEMA 7. GESTIÓN DE LA PRIVACIDAD

TEMA 8. MARCO NACIONAL/EUROPEO DE LA PRIVACIDAD

- 8.1 Derecho a la intimidad
- 8.2 Normativa menores
- 8.3 Leyes de protección de datos

TEMA 9. PUBLICIDAD Y CONSUMO VS PRIVACIDAD

TEMA 10. REPUTACIÓN ONLINE

TEMA 11. DERECHO AL OLVIDO

Bloque B

TEMA 1. BRANDING / GESTIÓN DE MARCAS

- 1.1 Personal branding
- 1.2 Beneficios
- 1.3 Fases
- 1.4 Objetivos
- 1.5 Ejemplos Personal Branding

TEMA 2. BRANDING / GESTIÓN DE MARCAS

- 2.1 ¿Qué es el Branding?
- 2.2 Objetivos
- 2.3 Concepto de marca y evolución
- 2.4 Estrategias específicas de branding
- 2.5 Co-Branding
- 2.6 Re-Branding
- 2.7 Brandketing
- 2.8 Brand manager
- 2.9 Embajador de marca
- 2.10 Influencers.
- 2.11 Tipos de influencers y grupos en RRSS

TEMA 3. CREAR TU MARCA

PERSONAL

- 3.1. Trabajo interno
- 3.2 Trabajo externo
- 3.3 Analisis DAFO
- 3.4 PIC. Perfil identidad corporativa

TEMA 4. ARQUITECTURA DE MARCA

- 4.1. Modelos de arquitectura de marca



- 4.2 Identidad de marca
- 4.3 Imagen de marca
- 4.4 Valores a conseguir
- 4.5 Manual de identidad: Naming
- 4.6 Imagen de identidad: Logotipo
- 4.7 Manual de identidad: Isotipo y clases
- 4.8 Historia de 25 casos y sus logotipos
- 4.9 Trabajo práctico sobre marca a desarrollar y su logotipo
- 4.10 Manual de identidad: Eslogan
- 4.11 Casos
- 4.12 Tipografía
- 4.13 Color
- 4.14 Tono
- 4.15 Packaging. Funciones
- 4.16 Coherencia de marca
- 4.17 Libro de estilo
- 4.18 Posicionamiento
- 4.19 Comunicación de marca
- 4.20 Estrategia de comunicación
- 4.21 Plataformas de difusión
- 4.22 Publicidad nativa
- 4.23 Humanización de marca
- 4.24 Engagement

TEMA 5. DAR A CONOCER LA MARCA PERSONAL

- 5.1 Facebook
- 5.2 Twitter
- 5.3 Periscope
- 5.4 Instagram
- 5.5 Youtube
- 5.6 LinkedIn
- 5.7 Tik tok

TEMA 6. LA WEB

- 6.1 Secciones de la web
- 6.2 Newsletter
- 6.3 Brand Equity

TEMA 7. EL BLOG

- 7.1 Aportación
- 7.2 Estructura y diseño blog
- 7.3 Wordpress
- 7.4 Blog / Videoblog

TEMA 8. BRANDED CONTENT

- 8.1 Formatos / periodicidad
- 8.2 Monitorización/software

TEMA 9. BRIEFING

- 9.1 Contenido / presentación
- 9.2 Ejemplo de Briefing

**ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA
(MEMORIA VERIFICADA)**

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral
Estudio individual
Resolución de problemas
Metodología por proyectos
Tutoría presencial (individual y/o grupal)
Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS |
|------------------------------|--------------|
| Clases expositivas | 33 |
| Visitas a centros de interés | 0 |
| Proyectos y trabajos | 27 |
| Tutoría y seguimiento | 4 |
| Evaluación | 8 |
| Trabajo autónomo del alumno | 68 |
| Prácticas | 6 |
| Talleres | 3 |

"Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno."

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | % CALIFICACIÓN FINAL |
|---|----------------------|
| Asistencia y participación activa | 10% |
| Realización de trabajos y prácticas | 40% |
| Pruebas de evaluación teórico-prácticas | 50% |

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Sistemas de evaluación

- Convocatoria ordinaria: 1 examen tipo test (30 preguntas cada uno) al final de cada uno de los módulos + trabajos durante el curso (plan de medios & gestión RRSS). En caso de aprobar la parte de trabajos, esta no se repetirá en convocatoria extraordinaria.

La evaluación estará compuesta de los siguientes ítems:

- La asistencia a clase y la participación activa y dinámica se evaluarán por el 10% de la nota final.
- Durante el curso, se encargará la realización de un plan de medios para las rrss de una marca que ellos ya tienen previamente creada. También el mantenimiento durante un tiempo de dichas RRSS cumpliendo con el plan de medios presentado será parte del trabajo (40%). El trabajo debe cumplir con la normativa de presentación de trabajos que tiene establecida la universidad.
- Al final de cada módulo, realizará un examen. Se debe sacar más de un 5 en cada examen para que se haga media y esta media de ambos exámenes supondrá el 50% restante de la nota final. Serán 2 exámenes tipo test de 30 preguntas cada uno en el que no restarán las respuestas erróneas.
- Convocatoria extraordinaria y siguientes:

Cuando no se haya superado la asignatura en la Convocatoria Ordinaria se podrá acudir a la Convocatoria Extraordinaria.

A la Convocatoria Extraordinaria se podrá acudir con una sola de las partes suspendidas (Examen y Trabajo) o con ambas, ya que en esta Convocatoria sí se guardarán las notas de las partes aprobadas.

El sistema de evaluación en convocatoria extraordinaria será:

1 exámenes tipo test (50 preguntas) + trabajos durante el curso (plan de medios & gestión RRSS).

En caso de suspender el trabajo escrito en convocatoria ordinaria, se encargará otro trabajo de investigación, desarrollo y exposición sobre casos de gestión de imagen digital o RRSS.

Tanto el Examen como el Trabajo serán distintos a los de las Convocatoria Ordinaria. Por lo tanto, si un Trabajo está suspendido no será posible presentar el mismo con las correcciones necesarias, sino realizar uno completamente nuevo y desde cero, siendo igualmente necesario el visto bueno del profesor respecto a la elección de este nuevo trabajo.

Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final: a criterio del docente qué método de evaluación se seguirá para obtener la misma.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 40% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final y en cada una de las actividades/tareas/trabajo final que se realicen durante el curso. Si el alumno no supera con una nota mínima de 5 un trabajo/tarea se le asignará otro trabajo nuevo, debiendo superar también este trabajo con una nota mínima de 5. Si un alumno no entrega alguna/s de las tareas/trabajos planificados en el curso deberá acudir a la convocatoria extraordinaria, entendiéndose no superada la parte de realización de trabajos y prácticas de la asignatura en convocatoria ordinaria.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente. Si

el alumno no tiene en cuenta lo indicado con anterioridad en este párrafo el trabajo presentado se considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el software del turnitin para detectar plagio. Si el porcentaje de coincidencia es superior al 20% se comunicará al alumno. En este caso se tomará en consideración lo indicado en la Guía del Alumno relativo al plagio.

Las penalizaciones por plagio podrán ser:

- Minoración de la nota final del trabajo en un porcentaje que será decidido por los miembros del Tribunal;
- Suspenseo del trabajo;
- Suspenseo de la asignatura;

En el caso de incurrir en más de dos plagios en un mismo curso, repetición del curso académico completo o expulsión de la Universidad.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente en el siguiente curso, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles.

ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral
 Estudio individual
 Resolución de problemas
 Metodología por proyectos
 Tutoría telemática (individual y/o grupal)
 Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

Desarrollo de la asignatura:

La asignatura se desarrollará telemáticamente debido a la imposibilidad de hacerlo presencialmente. Para ello se hará uso del campus virtual de la universidad y las herramientas que este proporciona: espacio para colgar contenidos para los alumnos, clases online planificadas con antelación y comunicadas a los alumnos a través del campus, foros y blogs para realizar debates y aclaración de dudas, espacio para planificar las tareas a los alumnos y que estos las suban en tiempo y forma, tablón del docente para comunicar a los alumnos las tareas, clases online, foros y cualquier información importante que considere el/la docente. Los contenidos de la asignatura se impartirán con los medios indicados para cumplir lo especificado en esta guía y en la memoria del grado.

Aparte de lo indicado anteriormente los/las docentes y alumnos/as al disponer de un correo institucional de Office 365 tienen la posibilidad de utilizar la aplicación “Microsoft Teams”, que mejorará también el apoyo a la actividad docente en modo remoto.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS |
|------------------------------|-------|
| Clases expositivas | 33 |
| Visitas a centros de interés | 0 |
| Proyectos y trabajos | 27 |
| Tutoría y seguimiento | 4 |
| Evaluación | 8 |
| Trabajo autónomo del alumno | 68 |
| Prácticas | 6 |
| Talleres | 3 |

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | % CALIFICACIÓN FINAL |
|---|-------------------------|
| Asistencia y participación activa | 10% |
| Realización de trabajos y prácticas | 40% |
| Pruebas de evaluación teórico-prácticas | 50% |

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Evaluación:

La evaluación se realizará a través del campus virtual, en modalidad online. Para ello los docentes disponen del espacio “test” en el campus virtual de cada asignatura. Estos test podrán incluir preguntas de diverso tipo (test, cortas, ...) permitiendo al docente adaptar el examen teórico-práctico de su asignatura a esta opción. Cada test permite valorar individualmente la puntuación de cada pregunta, modificándola posteriormente según la respuesta del alumno/a. Una vez corregido y valorado cada test, se comunica al alumno vía campus virtual la nota obtenida en el mismo.

Los demás ítems de la evaluación permanecen igual. Lo único que cambia es la realización del examen presencial, que pasará a realizarse vía online. La entrega de trabajos se realizará a través del campus virtual, en las tareas habilitadas para ello por el docente. Si el trabajo incluye la presentación del mismo, el alumno podrá elaborar un vídeo de su presentación y enviarla al docente o realizarla de forma grupal utilizando el campus virtual o la herramienta TEAMS. Estos criterios quedarán a elección del docente. Todos los trabajos y prácticas se entregarán a través del campus virtual, siendo evaluados y dando feedback al alumno desde la plataforma.

La asistencia y participación se evaluará teniendo en cuenta la asistencia y participación de los alumnos a las clases online. Las clases telemáticas se impartirán en el mismo horario en el que se celebraban las clases presenciales.

Tutorías:

Las tutorías se realizarán en modalidad telemática a través del campus virtual. Para ello en el apartado de “Clases on line” se permite elegir entre las opciones “clase”, “tutoría individual” o “tutoría grupal”. Las tutorías se pueden llevar a cabo también a través de los chats y foros proporcionados por el campus virtual.

Sistemas de evaluación

- Convocatoria ordinaria: 1 examen tipo test (30 preguntas cada uno) al final de cada uno de los módulos + trabajos durante el curso (plan de medios & gestión RRSS). En caso de aprobar la parte de trabajos, esta no se repetirá en convocatoria extraordinaria.

La evaluación estará compuesta de los siguientes ítems:

- La asistencia a clase y la participación activa y dinámica se evaluarán por el 10% de la nota final.
- Durante el curso, se encargará la realización de un plan de medios para las rrss de una marca que ellos ya tienen previamente creada. También el mantenimiento durante un tiempo de dichas RRSS cumpliendo con el plan de medios presentado será parte del trabajo (40%). El trabajo debe cumplir con la normativa de presentación de trabajos que tiene establecida la universidad.
- Al final de cada módulo, realizará un examen. Se debe sacar más de un 5 en cada examen para que se haga media y esta media de ambos exámenes supondrá el 50% restante de la nota final. Serán 2 exámenes tipo test de 30 preguntas cada uno en el que no restarán las respuestas erróneas.

- **Convocatoria extraordinaria y siguientes:**

Cuando no se haya superado la asignatura en la Convocatoria Ordinaria se podrá acudir a la Convocatoria Extraordinaria.

A la Convocatoria Extraordinaria se podrá acudir con una sola de las partes suspendidas (Examen y Trabajo) ó con ambas, ya que en esta Convocatoria sí se guardarán las notas de las partes aprobadas.

El sistema de evaluación en convocatoria extraordinaria será:

1 exámenes tipo test (50 preguntas) + trabajos durante el curso (plan de medios & gestión RRSS).

En caso de suspender el trabajo escrito en convocatoria ordinaria, se encargará otro trabajo de investigación, desarrollo y exposición sobre casos de gestión de imagen digital o RRSS.

Tanto el Examen como el Trabajo serán distintos a los de las Convocatoria Ordinaria. Por lo tanto, si un Trabajo está suspendido no será posible presentar el mismo con las correcciones necesarias, sino realizar uno completamente nuevo y desde cero, siendo igualmente necesario el visto bueno del profesor respecto a la elección de este nuevo trabajo.

Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final: a criterio del docente qué método de evaluación se seguirá para obtener la misma.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 40% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final y en cada una de las actividades/tareas/trabajo final que se realicen durante el curso. Si el alumno no supera con una nota mínima de 5 un trabajo/tarea se le asignará otro trabajo nuevo, debiendo superar también este trabajo con una nota mínima de 5. Si un alumno no entrega alguna/s de las tareas/trabajos planificados en el curso deberá acudir a la convocatoria extraordinaria, entendiéndose no superada la parte de realización de trabajos y prácticas de la asignatura en convocatoria ordinaria.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente. Si el alumno no tiene en cuenta lo indicado con anterioridad en este párrafo el trabajo presentado se considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el software del turnitin para detectar plagio. Si el porcentaje de coincidencia es superior al 20% se comunicará al alumno. En este caso se tomará en consideración lo indicado en la Guía del Alumno relativo al plagio.

Las penalizaciones por plagio podrán ser:

- Minoración de la nota final del trabajo en un porcentaje que será decidido por los miembros del Tribunal;
- Suspense del trabajo;
- Suspense de la asignatura;

En el caso de incurrir en más de dos plagios en un mismo curso, repetición del curso académico completo o expulsión de la Universidad.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente en el siguiente curso, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles.

BIBLIOGRAFÍA

- **Básica**
 - IDENTIDAD DIGITAL: El nuevo usuario en el mundo digital, Fundación telefónica (2014)
 - RUEDA LAFFOND, J.C., et Al (2014) Historia de los medios de comunicación, Alianza editorial.
 - IDENTIDAD DIGITAL: Quien quieres ser en internet. <https://www.ciberresponsales.org>
- **Complementaria**
 - CASTELLS, M. (2005); La era de la información, V.1, La sociedad red, Alianza Editorial,
 - CHECA GODOY, A. (2007); Historia de la publicidad, Netbiblo S.L.
 - MC LUHAN, M (1996); Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano, Paidós.
 - STORYTELLING EN UNA SEMANA: Autoconocimiento, marca personal, identidad digital, cultura de equipo y liderazgo. Antonio Nuñez Lopez (2011)
 - ASIN: B008BCVQYU.
 - BRAND IDENTITY BREAKTHROUGH: How to Craft Your Company's Unique Story to Make Your Products Irresistible (2017). ISBN: 1945884126
 - EL LIBRO DEL HACKER (2017). ISBN: 8441539642
 - HAWKERS, Historia de exito (2017). ISBN: 9788494618543
 - LA HUELLA DIGITAL (2010). ISBN: 8492441038

- EL DÍA QUE DAVID VENCÍO A GOLIAT (2017) David Gomez Gomez
- COMO JODER A UN ESPÍA (2015). Victor Hernández
- SOBREEXPOSICIÓN PERSONAL EN LA RED (2015) Leonel Erlinchman
- REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD) (2018). Lola Granados. ISBN: 9788494864377
- UN CAFÉ CON CHANG: como cumplir sueños con personal branding (2017) ISBN: 9788491152644
- BRANDING LOW COST (2015).Kevin Albert. ISBN: 9781534948679
- CO-BRANDING. La ciencia de la alianza (1999)
- RE EVOLUCIÓN DIGITAL (2017). Martha Rivera y Edgardo Mendez
- CONSTRUYENDO UN INFLUENCER (2018) Antonio Torrealba ISBN: 9780692999325
- DESIGNPEDIA (2014). Javier Megias ISBN: 9788483569542
- SELLING THE MOTO (2015). Manuel Vera Lopez. ISBN: 9781505614077
- NO LOGO (2011) Naomi Klein ISBN: 9788408104322
- PSICOLOGÍA DEL COLOR (2004) ISBN: 9788425219
- EL ENGAGEMENT EN EL TRABAJO. Marisa Salanova(2009) ISBN: 9788420668543

RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

- a. [La asistencia a clase](#) es fundamental. Si el alumno se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
- b. [Las clases comienzan y terminan](#) a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y al docente, no está permitida la entrada de ningún alumno. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.
- c. [Está prohibido](#) comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
- d. [Está terminantemente prohibido](#) hacer uso del teléfono móvil con fines personales.
- e. [Honestidad académica](#). El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decano de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar “sin mala intención”. Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El ‘olvido’ de una referencia será considerado plagio.
- f. [Integridad Académica](#). La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación

continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.

- g. [Faltas de ortografía](#). En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.