

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 46530
Nom: Xarxes Socials i Noves Formes de Comunicació
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 3
Curs acadèmic: 2026-27

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2258 - Màster Universitari en Societat Digital	Facultat de Ciències Socials	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2258 - Màster Universitari en Societat Digital	Xarxes socials i noves formes de comunicació	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ**RESUM****CONEIXEMENTS PREVIS****RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS**COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE****2258 - Màster Universitari en Societat Digital**

Actuar amb autonomia en l'aprenentatge, prenent decisions fonamentades en diferents contextos, emetent judicis sobre la base de l'experimentació i l'anàlisi i transferint el coneixement a noves situacions.

Aplicar i integrar els coneixements teòrics i pràctics adquirits per a analitzar casos reals de l'economia digital, el treball, l'educació, la cultura o la governança en la societat digital.

Conèixer i comprendre, des del mateix àmbit de la titulació, les desigualtats per raó de sexe i gènere en la



societat; integrar les diferents necessitats i preferències per raó de sexe i de gènere en el disseny de solucions i la resolució de problemes.

Demostrar raonament crític i autocrític en l'àmbit de la titulació, considerant aspectes com ara l'ètica professional, els valors morals i les implicacions socials de les diferents activitats realitzades.

Demostrar una comprensió minuciosa i fonamentada dels aspectes teòrics i pràctics dels canvis de l'entorn laboral, cultural, comunicatiu i educatiu influenciats per la transformació digital.

Integrar coneixements d'economia, dret, comunicació, cultura i sociologia per a abordar problemes interdisciplinaris en el context de la societat digital, i ser capaç de transmetre d'una manera clara i sense ambigüitats els resultats procedents de la investigació.

Proposar solucions creatives i innovadores a situacions o problemes complexos, propis de l'àmbit de coneixement, per a donar resposta a les diverses necessitats professionals i socials.

Saber comunicar-se de manera efectiva, tant oralment com per escrit, adaptant-se a les característiques de la situació i de l'audiència.

Ser capaços de participar de manera efectiva en debats i discussions en el camp de la sociologia digital, demostrant habilitats de comunicació efectives, pensament crític i respecte per la diversitat d'opinions.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1.

2.

3.

4.

5.

VOLUM DE TREBALL (HORES)

**ACTIVITATS PRESENCIALS**

Activitat	Hores
Teoria	22,50
Pràctiques a l'aula	7,50
Total hores	30,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	0,00
Estudi i treball autònom	0,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	0,00

METODOLOGIA DOCENT**AVALUACIÓ****BIBLIOGRAFIA**

- Andersson Schwarz, J., & Larsson, S. (2018). A Platform Society. In S. Larsson, & J. Andersson Schwarz (Eds.), *Developing Platform Economies: A European Policy Landscape* (pp. 114-140). European Liberal Forum asbl. David Beer (2017) The social power of algorithms, *Information, Communication & Society*, 20:1, 1-13, DOI: 10.1080/1369118X.2016.1216147 Chadwick, Andrew (2012). *The Hybrid Media System*. Oxford: Oxford University Press. Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction [3rd edition]*. Sage. Lindell, J. (2018). Distinction recapped: Digital news repertoires in the class structure. *New Media & Society*, 20(8), 3029-3049. <https://doi.org/10.1177/1461444817739622> López-García, G. and Valera-Ordaz, L. (2024) La esfera pública postmediática. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 138(1), pp. 98-114. doi: 10.28939/iam.debats-138-1.7. Nielsen, R.K., & Fletcher, R. (2023). Comparing the platformization of news media systems: A cross-country analysis. *European Journal of Communication*, vol. 38(5), 484-499. Valerie Hase, Karin Boczek & Michael Scharkow (2023) Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter, *Digital Journalism*, 11:8, 1499-1520, DOI: 10.1080/21670811.2022.2128389 Jenkins, Henry (2009). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós
- Kaltenbrunner, A., & Meier, K. (2013). Convergent journalism Newsrooms, routines, job profiles and training. In *Media and convergence management* (pp. 285-298). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. Palau-Sampio, D. y López-García, G. (2022). Communication and crisis in the public space: Dissolution and uncertainty. *Profesional de la Información*, 31(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.16> Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized*



Web Is Changing What We Read and How We Think. Penguin books. Terren, L.; Borge, R. (2021). Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature. *Review of Communication Research* 9, 99-118. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.028> Valera-Ordaz, L. (2022). Digital public sphere. En Ceron, Andrea (ed.), *Encyclopedia of Technology & Politics*. Edward Elgar Publishing LTD (pp. 200-205). Valera Ordaz, L. (2019). Liberal Individualist, Communitarian, or Deliberative? Analyzing Political Discussion on Facebook Based on Three Notions of Democracy. *International Journal of Communication*, v. 13, 1056-1076. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8309/2584> Van Dijck, J. (2020). Governing digital societies: private platforms, public values. *Computer Law & Security Review* 36. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105377>