

**BEATRIZ BADORREY MARTÍN, SECRETARIA GENERAL DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA,**

**CERTIFICA:** Que en la reunión del Consejo de Gobierno, celebrada el día seis de octubre de dos mil quince fue adoptado, entre otros, el siguiente acuerdo:

**09. Estudio y aprobación, si procede, de las propuestas del Vicerrectorado de Formación Permanente**

**09.20.** El Consejo de Gobierno aprueba los cursos online masivos abiertos de la UNED (MOOC/COMA), según anexo.

Y para que conste a los efectos oportunos, se extiende la presente certificación haciendo constar que se emite con anterioridad a la aprobación del Acta y sin perjuicio de su ulterior aprobación en Madrid, a siete de octubre de dos mil quince.

C/ Bravo Murillo, nº 38  
28015 Madrid

Tel: 91 398 81 51/ 65 26/27/28  
Fax: 91 398 60 42

[www.uned.es](http://www.uned.es)



# Presentación de propuestas de cursos online masivos abiertos de la UNED (MOOC / COMA)

## Septiembre 2015

Programa UNED Abierta

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)



**RESUMEN:**

**Listado de propuestas presentadas a la Comisión de Formación  
Permanente del 22 de septiembre de 2015**

Arte e Internet. La red como campo de investigación para las nuevas prácticas artísticas.....3  
El emprendedor digital o cómo convertirte en un profesional 2.0 .....7

# DATOS DEL CURSO

## TÍTULO DEL CURSO:

**Arte e Internet. La red como campo de investigación para las nuevas prácticas artísticas**

## Área de Conocimiento

Arte y Humanidades

## ¿En qué caso se encuentra su curso?

- Cursos vinculados a estudios oficiales o de formación permanente de la UNED.

## Fechas aproximadas en que podría desarrollar el curso

Octubre - Noviembre

## Objetivos del MOOC

Ofrecer una aproximación a la actualidad de la relación entre prácticas artísticas e Internet y a los nuevos retos de las líneas de investigación creativa abiertas en torno a esta relación: intervenciones artísticas en redes sociales y metaversos, “blog-art”, “online performance”, prácticas postfotográficas, arte locativo, nuevas formas de activismo digital, etc.

## Breve descripción del MOOC: contextualización, contenido, etc

Este curso está centrado en el análisis de la relación entre práctica artística e Internet en los últimos quince años, planteando una aproximación tanto a la actualidad del “net art” como a aquellas manifestaciones artísticas que, sin ser obras en línea, trabajan acerca de Internet en cualquiera de sus dimensiones, estéticas, técnicas, lingüísticas, políticas o económicas y a través de todo tipo de medios de expresión (vídeo, imagen fija, instalación, performance, etcétera). Se trata, por tanto, de un recorrido por la emergencia y evolución de una serie de prácticas artísticas que toman a la red como campo de referencia principal: intervenciones artísticas en redes sociales y metaversos, “blog-art”, “online performance”, prácticas postfotográficas, arte locativo, nuevas formas de activismo digital en línea, etc.

## Requisitos recomendados, conocimientos previos, etc.

No hay requisitos previos para realizar el curso.

## Público objetivo del curso

Cualquier persona, con cualquier nivel de conocimiento y cualquier edad es el público al que va dirigido este curso.

## **La apertura de módulos ¿es progresiva o se abren todos desde el comienzo del curso?**

Progresivo por semanas, unidades...

## **Temario: número, títulos y breve descripción de cada uno de los módulos que componen el MOOC.**

### **MÓDULO I. LA IMAGEN EN LA ÉPOCA DE LAS REDES SOCIALES**

- 1.1. "Remix culture". Apropiacionismos y mezclas.
- 1.2. El "raptó" de las imágenes. Nuevos apropiacionismos fotográficos.
- 1.3. La circulación de las imágenes.

### **MÓDULO II. PRÁCTICAS ARTÍSTICAS BASADAS EN BLOGS Y REDES SOCIALES**

- 2.1. Poéticas visuales en torno al blog
- 2.2. Prácticas artísticas, "microblogging" y redes sociales

### **MÓDULO III. METAVERSOS Y ENTORNOS MULTIJUGADOR.**

- 3.1. Intervenciones en entornos multijugador y metaversos
- 3.2. "Otra" redefinición de lo fotográfico. Capturas de pantalla en entornos multijugador y metaversos.

### **MÓDULO IV. DE LA INTERACCIÓN ELECTRÓNICA A LA PARTICIPACIÓN SOCIAL**

- 4.1. ¿Hacia la crisis de la interactividad electrónica?
- 4.2. Comunidades de expresión

### **MÓDULO V. INTERNET Y EL ESPACIO FÍSICO**

- 5.1. Las prácticas artísticas y la relación digital/material
- 5.2. ¿Arte Post-Internet?
- 5.3. Fotografía y geonavegadores

### **MÓDULO VI. ARTE, PENSAMIENTO CRÍTICO Y ACTIVISMO DIGITAL**

- 6.1. Algunas consideraciones previas sobre la noción de poder en el contexto del sistema-red
- 6.2. Sobre la liberación de la información: hacktivismos y estrategias parasitarias
- 6.3. Activismos pro-común
- 6.4. ¿La manifestación política de la multitud como práctica artística?
- 6.5. Poéticas en torno a la vigilancia

## **Indique si su curso se ha impartido anteriormente en otra plataforma de la UNED (aLF, OCW, iTunesU...)**

No

## **Formato del MOOC: Indique cuántos prevé en cada caso**

- Videos nuevos grabados de manera autónoma

- Test de autoevaluación
- Actividades de evaluación por pares
- Textos (pdf)

**Lecturas recomendadas no incluidas en el curso:**

- Archey K., y Peckham R., (eds.), Art Post-Internet: INFORMATION / DATA, Ullens Center for Contemporary Art, Pekín, 2014.
- Bosma, J., Nettitudes. Let's Talk Net Art, NAI Publishers, Rotterdam, The Institute of Network Cultures, Amsterdam, 2011.
- Carrillo, J., Arte en la red, Cátedra, Madrid, 2004
- Cornell, L., y Halter, E. (eds.), Mass Effect. Art and the Internet in the Twenty-First Century. MIT Press, 2015.
- Martín Prada, J, Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales, AKAL, Madrid, 2012 (2ª edición 2015)

**Trayectoria o perfil del docente o equipo docente con relación al curso o a su temática del docente o equipo docente (máximo 8 líneas):**

***Juan Martín Prada:***

Es autor de artículos y ensayos sobre Estética y Teoría del arte contemporáneo y de los libros La apropiación posmoderna. Arte, práctica apropiacionista y Teoría de la posmodernidad (ed. Fundamentos, 2001), Las nuevas condiciones del arte contemporáneo (Briseño editores, 2003), Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales (AKAL, Colección de Arte contemporáneo, 2012-2ª edición: 2015) y Otro tiempo para el arte. Cuestiones y comentarios sobre el arte actual (Sendemà 2012). Ha colaborado en revistas como EXIT Book, Estudios visuales, Fibreculture-The Journal, REIS, FLUOR, suplemento "Cultura/s" de La Vanguardia de Barcelona, etc.

***Marcos Gracia:***

Licenciado en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid, es actualmente director de Medialab-Prado, una iniciativa del Ayuntamiento de Madrid, que se concibe como un laboratorio ciudadano de producción, investigación y difusión de proyectos culturales que explora las formas de experimentación y aprendizaje colaborativo que han surgido de las redes digitales. Entre 2006 y 2013 fue responsable de la coordinación y programación de Medialab-Prado, junto a Laura Fernández.

**Añada las observaciones que considere oportunas (necesidades específicas del curso, justificación de la duración diferente a 6-8 semanas y 1 crédito ECTS -si es el caso-, etc.)**

No hay necesidades específicas para el desarrollo de este curso.

## DATOS DE CONTACTO

### DIRECTOR DEL CURSO

**JORDI CLARAMONTE ARRUFAT** | [jclaramonte@fsof.uned.es](mailto:jclaramonte@fsof.uned.es) | Facultad de Filosofía |  
Dpto. Filosofía y Filosofía Moral y Política

### EQUIPO DOCENTE:

Juan Martin Prada | [juanmartinprada@2-red.net](mailto:juanmartinprada@2-red.net) |

Marcos García | [marcos@medialab-prado.es](mailto:marcos@medialab-prado.es) |

# DATOS DEL CURSO

## TÍTULO DEL CURSO:

**El emprendedor digital o cómo convertirte en un profesional 2.0**

## Área de Conocimiento

Ciencias Sociales y Jurídicas

## ¿En qué caso se encuentra su curso?

- Cursos que planteen innovación en la metodología, diseño pedagógico, aprendizaje social, etc. Proyecto ECO

## Fechas aproximadas en que podría desarrollar el curso

Febrero - marzo - abril

## Objetivos del MOOC

- Familiarizar al alumno con las nuevas profesiones asociadas al marketing digital y Social Media.
- Educar en el manejo adecuado de las habilidades asociadas a éstos nuevos profesionales.
- Dotar de habilidades para desarrollar estrategias Social Media
- Instruir en los pasos necesarios para iniciar con éxito la andadura dentro de los profesionales dedicados al marketing digital.

## Breve descripción del MOOC: contextualización, contenido, etc

El vertiginoso desarrollo de la tecnología ha dado lugar a explorar nuevas facetas relacionales que se dan en Internet. Estos nuevos escenarios exigen nuevas competencias digitales a las personas, para su necesaria integración dentro de una sociedad, que experimenta a cada momento una mayor integración entre su mundo online y su mundo offline. Las nuevas profesiones surgidas están vinculadas a las relaciones y la organización de las personas que participan de este mundo. El Social Media Strategist, el Community Manager, el Content Curator, el Social Media Analyst y el Social Media Manager son perfiles altamente demandados por las empresas, y es necesario explicar las diferencias entre ellos y las cualificaciones profesionales que se requieren.

## Requisitos recomendados, conocimientos previos, etc.

Este curso persigue la adquisición de las competencias digitales básicas para los nuevos profesionales del marketing digital. Igualmente, el curso dota de nociones de estrategia de Marketing Online, manejo de comunidades online y gestión, creación de contenidos digitales, análisis de datos y gestión de equipos. A pesar de que esta acción formativa no tiene como objetivo formar profesionalmente, sí que se aportan conocimientos esenciales para el desarrollo de estas nuevas ocupaciones. No se evaluarán los contenidos recomendados iniciales en el curso, y se partirá del supuesto que todo el alumnado tiene nociones básicas de uso de ordenador e informática a nivel de usuario. No es necesario que se tengan conocimientos avanzados del uso de Redes Sociales o Marketing Digital.

### **Público objetivo del curso**

Estudiantes de ciclos formativos, grados, posgrados o personas profesionales de cualquier ámbito, que quieran adquirir habilidades y competencias digitales básicas. Estos conocimientos les van a servir para comunicarse online, gestionar comunidades virtuales y crear contenidos relevantes para compartir con su propia comunidad.

### **La apertura de módulos ¿es progresiva o se abren todos desde el comienzo del curso?**

Progresivo por semanas, unidades...

### **Temario: número, títulos y breve descripción de cada uno de los módulos que componen el MOOC.**

Este curso consta de siete módulos:

- I. Presentación y bienvenida. Espacio de presentación de los módulos que contiene el MOOC, de los contenidos a desarrollar, de la metodología a emplear, y de los recursos a disposición del alumnado.
- II. El Social Media Manager. Una visión de conjunto. El "director de orquesta" en una estrategia de marketing online es el Social Media Manager. Su visión de conjunto y capacidad de liderazgo es esencial.
- III. El Social Media Strategist. La voz de la experiencia. La mano derecha del Manager es el estratega. A su cargo quedará la definición y supervisión en la ejecución del plan marcado por el Manager.
- IV. El Community Manager. Constancia, técnica y prudencia. El CM es la figura profesional más conocida por su visibilidad en la comunicación 2.0. Se acotarán sus responsabilidades profesionales y las cualidades que debe tener.

- V. El Content Curator. El contenido como base de cualquier estrategia. Aplicando la frase “El contenido es el Rey”, enseñaremos cómo crear contenidos de manera colaborativa y difundirlos por las Redes Sociales.
- VI. El Social Media Analyst. Capacidad matemática y de análisis. Análisis del ROI (Return Of Investment). Enseñaremos las técnicas para conocer si las actuaciones que estamos llevando a cabo son rentables o no lo son.
- VII. Despedida y evaluación. Módulo final para la evaluación de los resultados por parte de los alumnos.

**Indique si su curso se ha impartido anteriormente en otra plataforma de la UNED (aLF, OCW, iTunesU...)**

No

**Formato del MOOC: Indique cuántos prevé en cada caso**

- Videos nuevos grabados en Polimedia (CEMAV)
- Test de autoevaluación
- Actividades de evaluación por pares
- Textos (pdf)

**Lecturas recomendadas no incluidas en el curso:**

Las propuestas sobre la marcha según se desarrolle el curso

**Trayectoria o perfil del docente o equipo docente con relación al curso o a su temática del docente o equipo docente (máximo 8 líneas):**

El equipo docente está altamente cualificado en la enseñanza a través de medios virtuales, entre los que se encuentran profesores de maestrías del ámbito de la comunicación y educación digital. Además cuenta con una vasta experiencia enseñando materias de Marketing Online, Redes Sociales, Estrategia Social Media o Reputación Online entre otras materias específicas vinculadas con este MOOC.

**Añada las observaciones que considere oportunas (necesidades específicas del curso, justificación de la duración diferente a 6-8 semanas y 1 crédito ECTS -si es el caso-, etc.)**

Éste MOOC tiene un planteamiento pedagógico muy práctico. Las actividades tanto individuales como colaborativas, están diseñadas para facilitar la interiorización y asimilación de competencias y conocimientos relevantes en materia digital. Estos

procesos, necesitan de un tiempo para familiarizarse con ellos, por lo que la programación pedagógica planifica unas 6 semanas de proceso de aprendizaje.

# DATOS DE CONTACTO

## DIRECTOR DEL CURSO

**SARA OSUNA ACEDO** | [sosuna@edu.uned.es](mailto:sosuna@edu.uned.es) | 36971 - 6971 | Facultad de Educación |  
Didáctica, Organización Escolar y Didácticas Especiales

## EQUIPO DOCENTE:

Vicente Montiel Molina | [vmontielm40@gmail.com](mailto:vmontielm40@gmail.com) | 687.65.83.45

Francisca Quebrajo Leal | [paquiquele@gmail.com](mailto:paquiquele@gmail.com) | 666.01.01.92

Andrés Quebrajo Leal | [andresquebrajo@gmail.com](mailto:andresquebrajo@gmail.com) | 626.17.57.88

Carmen Cantillo Valero | [carmen.cantillo@gmail.com](mailto:carmen.cantillo@gmail.com) | 652.28.25.54