

**DIVULGACIÓN Y MARCA PERSONAL DEL INVESTIGADOR**

|  |                         |  |   |
|--|-------------------------|--|---|
| <b>Objetivos</b>   |                         |  |   |
| Capacitar al alumno para:  |                         |  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las plataformas, las redes y las herramientas para difundir y divulgar el trabajo científico de los investigadores</li> <li>• Seleccionar y publicar en las redes más relevantes para el campo de actividad investigadora de cada científico</li> </ul>   |                         |  |   |
| <b>Duración</b>  |                         | <b>Modalidad</b>   |   |
| 25 hora/s lectiva/s  |                         | Sistema mixto. 22 horas online + 3 horas presenciales por teams  |   |
| <b>Destinatarios</b>   |                         | <b>Requisitos</b>  |   |
| PDI de la UCLM   |                         | Conocimiento básico de Internet e interés por conocer y emplear las herramientas de divulgación en la web social.  |   |
| <b>Competencia</b>   |                         |  |   |
| Investigación  |                         |  |   |
| <b>Campus</b>  | <b>Sala</b>             | <b>Convocatoria</b>  | <b>Fechas y horario</b>   |
| Multicampus  | Microsoft Teams externo | Multicampus  | Del 24 de febrero de 2025 al 16 de marzo de 2025 (De 00:00 a 00:00) |
| <b>Aclaraciones de fechas y horarios</b>   |                         |  |   |
| La sesión sincrónica por teams será el día 7 de marzo de 2025 de 9.00 a 12.00 horas  |                         |  |   |
| <b>Programa</b>  |                         |  |   |
| <b>Tema 1. La web social y la universidad</b>  |                         |  |   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La misión de la universidad</li> <li>2. La web social</li> <li>3. ¿Qué son los medios sociales?</li> <li>4. ¿Qué es la marca personal?</li> <li>5. Los públicos de la universidad</li> </ol>   |                         |  |   |
| <b>Tema 2. Espacios para la comunidad científica</b>   |                         |  |   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bases de datos y directorios de alto impacto</li> <li>2. Repositorios y plataformas Open Access</li> <li>3. Plataformas y redes científicas de difusión de trabajos y publicaciones: ORCID, ResearchGate, Web of Science, Academia.edu y Google Scholar.</li> <li>4. Megarrevistas y métricas alternativas</li> <li>5. Herramientas y plataformas no especializadas: Twitter, Facebook, Instagram, Tik Tok blogs y LinkedIn</li> <li>6. ¿Qué puede aportar la inteligencia artificial a los investigadores?</li> </ol> |                         |  |   |
| <b>Tema 3. Estrategia y gestión de la conversación</b>   |                         |  |   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El diseño de la estrategia</li> <li>2. La gestión de la conversación</li> <li>3. Tareas para la construcción de la identidad digital</li> </ol>  |                         |  |   |
| <b>Diploma</b>   |                         | <b>Evaluación</b>  |   |
| Aptitud  |                         | <p><b>1. Realización de ejercicios de carácter obligatorio, propuestos en cada módulo (55%)</b></p> <p><b>Actividad 1:</b> Primer contacto con la identidad digital. Buscarse en las redes sociales generalistas y especializadas.</p> <p><b>Actividad 2:</b> Creación o mejora del perfil en Google Scholar, Dialnet, Web of Science u ORCID y del perfil en ResearchGate o Academia.edu .</p> <p><b>Actividad 3:</b> Canvas editorial para tu perfil académico</p> <p><b>Actividad 4:</b> Buscar noticias o contenidos informativos de tu especialidad en fuentes especializadas. Proponer una noticia para el gabinete de prensa de UCLM o la Unidad de Cultura Científica sobre un tema propio de investigación.</p> <p><b>2. Prueba final de evaluación (45%).</b> Realización de un test</p> |   |
| <b>Profesorado</b>   |                         |  |   |
| JOSÉ MARÍA HERRANZ DE LA CASA<br>JUAN LUIS MANFREDI SÁNCHEZ  |                         |  |   |