

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

Gestión de redes sociales (2021 - 2022)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Gestión de redes sociales	Código: 835901110
<ul style="list-style-type: none">- Centro: Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado- Lugar de impartición: -- Titulación: Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones- Plan de Estudios: 2018 (Publicado en 2018-09-19)- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas- Itinerario / Intensificación:- Departamento/s: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social- Área/s de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo- Curso: 1- Carácter: Obligatoria- Duración: Primer cuatrimestre- Créditos ECTS: 3,0- Modalidad de impartición: Presencial- Horario: Enlace al horario- Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es- Idioma: Castellano	

2. Requisitos para cursar la asignatura

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: MARIA SONNIA CHINEA RODRIGUEZ
<ul style="list-style-type: none">- Grupo: 1
General <ul style="list-style-type: none">- Nombre: MARIA SONNIA- Apellido: CHINEA RODRIGUEZ- Departamento: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social- Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad
Contacto <ul style="list-style-type: none">- Teléfono 1: 922317236- Teléfono 2:- Correo electrónico: mchinear@ull.es- Correo alternativo:- Web: http://www.campusvirtual.ull.es

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	15:00	17:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Quinto Izquierda
Todo el cuatrimestre		Miércoles	17:00	19:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Virtual
Todo el cuatrimestre		Jueves	15:00	17:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Quinto izquierda

Observaciones: Las tutorías serán en formato online solo en el Escenario 1, esto es, de presencialidad adaptada y previa petición del alumnado. En caso de Escenario 0, las tutorías serán presenciales. Para llevar a cabo estas sesiones online, se usará la herramienta Google Meet con la usuaria mchinear@ull.edu.es

Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	18:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Quinto Izquierda
Todo el cuatrimestre		Lunes	13:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Virtual

Observaciones: Las tutorías serán en formato online solo en el Escenario 1, esto es, de presencialidad adaptada y previa petición del alumnado. En caso de Escenario 0, las tutorías serán presenciales. Para llevar a cabo estas sesiones online, se usará la herramienta Google Meet con la usuaria mchinear@ull.edu.es

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Comunicación multimedia**
Perfil profesional:

5. Competencias

Competencias Generales

CG3 - Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios para lograr objetivos y resolver problemas conjuntamente
CG6 - Capacidad de generar formas innovadoras para comprender la realidad y resolver situaciones o problemas concretos dentro del ejercicio profesional

Competencias Básicas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias Específicas

CE15 - Conocimientos, habilidades y destrezas para comunicar las decisiones de las organizaciones a la sociedad, al mercado y a la propia organización, a través de mensajes informativos y persuasivos presentados de forma atractiva y comprensiva en formatos diferentes (textual, audiovisual y multimedia)

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

La Asignatura constará de cinco temas:

TEMA 1: Evolución de las redes sociales.

TEMA 2: El usuario y el profesional de las redes. El Community Manager.

TEMA 3: Redacción para medios sociales. Creación y curación de contenidos.

TEMA 4: La estrategia digital interactiva frente al usuario y los medios. Netiqueta y protocolos.

TEMA 5: Networking para empresas y gabinetes.

Actividades a desarrollar en otro idioma

-La naturaleza de la Asignatura implicará el conocimiento del inglés en la lectura y tratamiento de determinadas actividades, aunque no es específicamente necesario para superarla.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

1- Lección magistral/método expositivo (presentación o explicación por parte del profesorado)

2- Clases prácticas (actividades supervisadas por el profesorado en el aula, platós, laboratorios, etc.)

Se realizarán ejercicios prácticos atendiendo a los contenidos impartidos durante las sesiones teóricas: estudio de las herramientas, medios y reputación en redes sociales, análisis mediante herramientas de analítica Web, métricas de seguimiento etc.

3- Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que las alumnas y alumnos trabajan en un objetivo común)

El alumnado, en grupos de cuatro, tendrá que diseñar un Plan de Social Media mediante una estrategia real en torno a un producto, una organización, formación política, gabinete de comunicación o institución.. El trabajo deberá presentarse a través del aula virtual en las fechas indicadas

4- Evaluación (pruebas escritas, orales, prácticas, etc, utilizadas en la evaluación el progreso de los estudiantes)

5- Tutoría (período de instrucción en el que profesorado y alumnado interactúan con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en clase)

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	14,00	0,00	14,0	[CG3], [CG6]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	14,00	0,00	14,0	[CG3], [CG6], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE15]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	30,00	30,0	[CG3], [CG6], [CE15]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	5,00	5,0	[CE15]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	5,00	5,0	[CG3], [CG6], [CE15]
Preparación de exámenes	0,00	5,00	5,0	[CE15]
Realización de exámenes	1,00	0,00	1,0	[CE15]
Asistencia a tutorías	1,00	0,00	1,0	[CG3], [CG6]
Total horas	30,00	45,00	75,00	
		Total ECTS	3,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Aced, C. (2013). Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: UOC.

Moreno, M. (2014). El Gran Libro del Community Manager: técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en Social Media. Barcelona: Ediciones Gestión.

Rojas, P; Redondo, M. (2017). Cómo monetizar las redes sociales. Madrid: Lid.

Sabater, J; Monserrat, F. (2019). Planificación estratégica de la Comunicación en Redes Sociales. Barcelona: UOC.

Bibliografía Complementaria

Rissoan, Romain (2018). Redes sociales: comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación. Barcelona: ENI.

Domingo, A (2018). Generar negocio, relaciones y oportunidades (Social Media). Anaya Multimedia.

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La evaluación continua constará de dos partes:

1-Trabajo-proyecto en redes sociales, de estrategia ficticia en torno a un partido político, empresa o gabinete de comunicación de la invención del alumno, cuyos parámetros se indicarán durante la primera semana, y que tendrá, como duración mínima las dos siguientes, y como duración máxima un mes. En él, los estudiantes deberán aplicar los conocimientos adquiridos durante las clases, y su propia creatividad e ingenio, para llevar a cabo un plan de comunicación en redes, que tendrán que proyectar primero en el correspondiente informe, y aplicar después de forma efectiva en el entorno digital. Al final de la Asignatura, el día de la Convocatoria oficial, el profesor deberá poder contar con el informe inicial, las referencias y/o nombres de usuario, para acceder con comodidad a las redes, y un documento de monitorización que mida la evolución real del trabajo. 70% de la calificación final.

2- Resolución de casos, ejercicios y problemas, en tiempo real, durante las clases, en las que se pondrá en práctica lo aprendido en cada sesión. 30% de la calificación final.

Observaciones:

-Es importante comprender que la evaluación continua consta de dos partes diferenciadas, que es preciso aprobar las dos para superar la asignatura en la primera convocatoria, y que a las dos se concederá igual importancia durante el desarrollo

del cuatrimestre. Ello implica que:

- 1) Si se suspende el trabajo/proyecto, el alumno no superará la Asignatura.
- 2) Si no se supera la media en los casos y prácticas planteados, el alumno no superará la Asignatura.

-Será obligatorio el cuidado de la expresión escrita en los ejercicios prácticos en que se exija.

- Cualquier trabajo o ejercicio en el que se detecte alguna otra forma de fraude académico, como el plagio, será calificado con la mínima nota posible, sin posibilidad de recuperación. Ello no obsta para que se puedan utilizar –sobre todo en los trabajos audiovisuales- recursos ya creados siempre que se integren de un modo original en el contexto de los mismos.

-Debe respetarse en todo caso la naturaleza y plazos de los trabajos ordenados.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Trabajos y proyectos	[CE15], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG6]	Trabajo-proyecto en redes sociales, de estrategia ficticia en torno a un partido político, empresa o gabinete de comunicación de la invención del alumno, cuyos parámetros se indicarán durante la primera semana, y que tendrá, como duración mínima las dos siguientes, y como duración máxima un mes.	70,00 %
Pruebas de ejecuciones de tareas reales y/o simuladas	[CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CG6], [CG3]	Resolución de casos, ejercicios y problemas, en tiempo real, durante las clases, en las que se pondrá en práctica lo aprendido en cada sesión.	30,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

RA15 - Elaborar mensajes informativos y persuasivos, en formato textual, audiovisual y multimedia, que resulten atractivos y comprensibles para los distintos públicos de las organizaciones, con el fin de comunicarles de forma innovadora y efectiva las decisiones de esta.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

*La distribución de los temas por semana es orientativa; puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente, aunque se garantiza la impartición de la totalidad de los temas dentro del tiempo previsto.

Primer cuatrimestre

Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:			0.00	0.00	0.00
Semana 2:			0.00	0.00	0.00
Semana 3:			0.00	0.00	0.00
Semana 4:	<p>Presentación Tema 1. EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES. Explicación sobre evolución del mundo digital y de las redes sociales nativas y no nativas.</p> <p>Tema 2. EL USUARIO Y EL PROFESIONAL DE LAS REDES. EL COMMUNITY MANAGER. Explicación sobre la actividad del gestor de redes moderno y su día a día con la empresa y el usuario. Los ecosistemas de convivencia en la red.</p>	<p>Trabajo presencial: Explicación y apertura del trabajo/proyecto necesario para superar la Asignatura.</p> <p>-Ensayo y conocimiento de redes nativas. -Actividades relacionadas con el temario.</p> <p>Trabajo Autónomo: - Modelación del plan estratégico. -Continuación del trabajo/proyecto.</p>	10.00	8.00	18.00

<p>Semana 5:</p>	<p>Tema 3. REDACCIÓN PARA MEDIOS SOCIALES. CREACIÓN Y CURACIÓN DE CONTENIDOS. Explicación sobre los lenguajes particulares de la red, cómo aprovechar la inmediatez y la creación de contenidos innovadores. Curación y monitorización de contenidos. Tema 4. LA ESTRATEGIA DIGITAL INTERACTIVA FRENTE AL USUARIO Y LOS MEDIOS. NETIQUETA Y PROTOCOLO. Explicación sobre estrategias de éxito de marcas y entidades punteras. Aplicaciones y nuevas tendencias.</p>	<p>Trabajo presencial: Ensayos sobre contenidos creativos. -Ensayos sobre curación y monitorización. -Actividades relacionadas con el temario. Trabajo autónomo: Lecturas sobre estrategias de marca. -Continuación del trabajo/proyecto.</p>	<p>10.00</p>	<p>8.00</p>	<p>18.00</p>
<p>Semana 6:</p>	<p>Tema 5. NETWORKING PARA EMPRESAS Y GABINETES. -Explicación sobre el Networking. Concepto y aplicaciones en las empresas, con especial hincapié en las empresas de comunicación, gabinetes de prensa y partidos políticos. Presentación y recogida de ejercicios.</p>	<p>Trabajo presencial: Estudios de casos específicos sobre marcas. -Actividades relacionadas con el temario. -Continuación del trabajo/proyecto.</p>	<p>10.00</p>	<p>8.00</p>	<p>18.00</p>

Semana 7:			0.00	0.00	0.00
Semana 8:			0.00	0.00	0.00
Semana 9:			0.00	0.00	0.00
Semana 10:			0.00	0.00	0.00
Semana 11:			0.00	0.00	0.00
Semana 12:			0.00	0.00	0.00
Semana 13:			0.00	0.00	0.00
Semana 14:		Continuación y/o Recopilación de datos del trabajo/proyecto.	0.00	8.00	8.00
Semana 15:		Continuación y/o Recopilación de datos del trabajo/proyecto.	0.00	8.00	8.00
Semana 16 a 18:		Continuación y/o Recopilación del trabajo/proyecto. Entrega del trabajo/proyecto.	0.00	5.00	5.00
Total			30.00	45.00	75.00