

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Gestión de redes sociales (2024 - 2025)

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 de matrícula y calificación

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: MARIA SONNIA CHINEA RODRIGUEZ
- Grupo:
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		Miércoles	14:00	17:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Virtual
Todo el cuatrimestre		Jueves	15:00	18:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Quinto izquierda
Observaciones: Las tutorías se realizarán de manera presencial previa cita, esto es, enviando un email de solicitud a mchinear@ull.edu.es . En caso de que las circunstancias así lo requirieran, las tutorías se realizarán también de manera no presencial. Para ello se dispondrá en el aula virtual de un enlace de Google Meet a tal efecto.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:00	17:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Virtual
Todo el cuatrimestre		Jueves	15:00	18:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Quinto izquierda
Observaciones: Las tutorías se realizarán de manera presencial previa cita, esto es, enviando un email de solicitud a mchinear@ull.edu.es . En caso de que las circunstancias así lo requirieran, las tutorías se realizarán también de manera no presencial. Para ello se dispondrá en el aula virtual de un enlace de Google Meet a tal efecto.						

Profesor/a: RAÚL MEDINA MUÑOZ						
- Grupo:						
General - Nombre: RAÚL - Apellido: MEDINA MUÑOZ - Departamento: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social - Área de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad						
Contacto - Teléfono 1: 628021685 - Teléfono 2: - Correo electrónico: rmedinmu@ull.es - Correo alternativo: raul@artefactodigital.es - Web: https://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	
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	13:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	
Todo el cuatrimestre		Viernes	11:00	13:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	
Observaciones:						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Observaciones:						

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, Inteligencia Artificial (IA) etc.

En la metodología de esta asignatura se permite el uso de la Inteligencia Artificial (IA) bajo ciertas condiciones para fomentar el aprendizaje crítico y creativo del estudiantado. La IA podrá utilizarse como una primera aproximación a un problema, pero es un requerimiento esencial que el alumnado analice las respuestas de manera crítica y contraste la información para alcanzar un resultado original y educativo. Se permite el uso de IA para crear o mejorar un texto desde diversas perspectivas (histórica, económica, legal, tecnológica, etc.); revisar un texto e identificar puntos débiles o sugerir mejoras, o mejorar el estilo de un texto. Además, en esta asignatura se utilizará la IA para el análisis de sentimientos, generación de contenido

creativo, incluyendo imágenes o diseños variados, automatización de respuestas u optimización de anuncios. Es crucial que el estudiantado considere el uso de la IA como un borrador inicial sobre el cual deben trabajar y que referencie adecuadamente su uso.

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

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Flores Vivar, J. M. (Coord.) (2014).
Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales
. Editorial Fragua.

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

Sabater, J. y Monserrat, F. (2019).
Planificación estratégica de la Comunicación en Redes Sociales
. Editorial UOC.

Tascón, M. (Dir.) (2012).
Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales.
Galaxia Gutemberg.

Bibliografía Complementaria

Cambroner, A. (2012).
Manual imprescindible de Twitter.
Anaya Multimedia

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

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

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

EVALUACIÓN CONTINUA

Con objeto de valorar la correcta adquisición de conocimientos y competencias, el sistema de evaluación se inspira en la evaluación continua. El proceso de evaluación utiliza diferentes estrategias y recoge evidencias que guardan relación tanto con el proceso de enseñanza-aprendizaje durante la impartición de la asignatura, como con los resultados alcanzados. En consecuencia, este sistema de evaluación valorará el progreso del estudiante mediante la participación activa en las actividades de la asignatura y a través de la realización y entrega de las actividades programadas, y una prueba final que se distribuirán con la siguiente ponderación.

1. Trabajo-proyecto en redes sociales, de estrategia preferiblemente real en torno a una formación política, organización, empresa o gabinete de comunicación, 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, el alumnado deberá aplicar los conocimientos adquiridos durante las clases, además de 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: 50% 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 mediante la participación activa en cada una de las actividades planteadas, tanto de forma individual como grupal: 50% de la calificación final.

Calificación final: La calificación final de la asignatura será el resultado de la suma de las calificaciones obtenidas en 1) y 2) . Será obligatorio haber obtenido el 50% de la calificación en cada una de las actividades y pruebas que forman parte de la evaluación continua. La puntuación obtenida en (1) y (2) no se mantendrá en sucesivas convocatorias. Quien no se haya presentado a la prueba final obtendrá una calificación de: "No presentado". En el caso de obtener más de un 50% de la nota global, pero no haber superado una o varias partes de la asignatura, el alumno o la alumna tendrá una nota final de 4.5

Según establece el Reglamento de Evaluación y Calificación de la ULL, se entenderá que la convocatoria se agota desde que se complete el 50% de la evaluación de la misma, lo que quiere decir que si un alumnado abandonara la asignatura habiendo completado ya ese 50%, aparecería en acta como **Suspense**. En esta asignatura ese punto se alcanza con la finalización de la primera (13 de octubre) semana de docencia.

EVALUACIÓN ÚNICA

Según el Reglamento, queda establecido que el alumnado podrá optar a la evaluación única comunicándolo al profesorado coordinador de la asignatura, a través del procedimiento habilitado a tal efecto en el aula virtual, y antes de haberse presentado a las actividades cuya ponderación compute, al menos, el 40% de la evaluación continua. En esta asignatura, este punto se alcanza en la segunda semana del calendario académico.

La prueba de la evaluación única se realizará en las fechas de las convocatorias oficiales, diseñada en correspondencia con la evaluación continua, de modo que se garantice que el alumnado ha adquirido las competencias y los resultados de aprendizaje previstos para esta materia. Dicha evaluación consistirá en una prueba final que podrá incluir preguntas, ejercicios y problemas referentes a todo el contenido teórico y práctico de la asignatura. Para superar dicha prueba habrá que obtener como mínimo 5 puntos sobre un total de 10.

Nota para el alumnado de Quinta o posterior convocatoria:

El alumnado que se encuentre en la quinta o posteriores convocatorias y desee ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida a la Dirección del Máster. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles al comienzo del periodo de exámenes

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 alumnado no superará la Asignatura.
 - 2) Si no se supera la media en los casos y prácticas planteados, el alumnado no superará la Asignatura.
- Será obligatorio el cuidado de la expresión oral y escrita en los ejercicios prácticos en que se exija. La corrección ortográfica es de suma importancia para el futuro profesional del Periodismo. Por ello, en todas las pruebas evaluables de esta asignatura se penalizarán las faltas ortográficas con 0,25 puntos menos por cada una de ellas. El examen será calificado como suspendido si se produjeran cinco o más faltas de ortografía.
 - 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	[CB8], [CE15], [CB9], [CB10], [CB6], [CB7], [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	[CB8], [CB9], [CB10], [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

<p>Semana 3:</p>	<p>Presentación Tema 1. EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES. Explicación sobre evolución del mundo digital y de las redes sociales nativas y no nativas. 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. -Ensayo y conocimiento de redes nativas. -Actividades relacionadas con el temario. Trabajo Autónomo: - Modelación del plan estratégico. -Continuación del trabajo/proyecto.</p>	<p>0.00</p>	<p>0.00</p>	<p>0.00</p>
------------------	---	---	-------------	-------------	-------------

<p>Semana 4:</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>10.00</p>	<p>20.00</p>
<p>Semana 5:</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>10.00</p>	<p>20.00</p>

Semana 6:			10.00	10.00	20.00
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:		Continuación y/o recopilación de datos y elaboración del trabajo/proyecto.	0.00	15.00	15.00
Semana 14:		Entrega del trabajo final.	0.00	0.00	0.00
Total			30.00	45.00	75.00