



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Gestión profesional de redes sociales y de la reputación en Internet*

Título: *Grado en Comunicación*

Materia: *Marketing y comunicación digital*

Créditos: *6 ECTS*

Código: *46GCOM*

Curso: *2023-2024*

Índice

1. Organización general	3
1.1. Datos de la asignatura	3
1.2. Equipo docente	3
1.3. Introducción a la asignatura.....	3
1.4. Competencias y resultados de aprendizaje	
2. Contenidos/temario	5
3. Metodología	6
4. Actividades formativas	6
5. Evaluación.....	8
5.1. Sistema de evaluación.....	8
5.2. Sistema de calificación	8
6. Bibliografía	
6.1. Bibliografía de referencia	10
6.2. Bibliografía complementaria.....	10

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MÓDULO	Módulo de formación optativa
MATERIA	Marketing y comunicación digital
ASIGNATURA	Gestión profesional de redes sociales y de la reputación en Internet 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	4º
Cuatrimestre	2º
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	Para el acceso a este Grado, se deben cumplir los requisitos de acceso que prevé el artículo 3 del Real Decreto 412/2014 de 6 de junio.
Dedicación al estudio por ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Profesor	Ami Bondía Raga abondiar@professor.universidadviu.com
-----------------	---

1.3. Introducción a la asignatura

Las redes sociales y la presencia en Internet son elementos fundamentales en la actualidad tanto en el ámbito personal como en el profesional. Esta asignatura tiene como objetivo enseñar a los estudiantes a gestionar de forma estratégica y eficaz sus propias redes sociales y presencia online, así como a desarrollar planes de gestión de reputación para organizaciones, marcas y profesionales.

El alumnado aprenderá a crear contenidos atractivos y adecuados para cada red, a establecer una estrategia de publicación coherente y a medir el impacto de sus acciones. También conocerán técnicas para posicionar su perfil profesional online, gestionar comentarios y valoraciones, y prevenir y solucionar posibles crisis de reputación digital.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

R.A.1 – Conocer y comprender los fundamentos teóricos y la evolución de las redes sociales y su impacto en los ámbitos personal, profesional y empresarial.

R.A.2 - Ser capaz de diseñar e implementar estrategias de social media acordes a los objetivos de marca, analizando el entorno y las audiencias.

R.A.3 - Gestionar de forma efectiva diversos perfiles y contenidos en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.

R.A.4 - Utilizar métricas para medir el rendimiento de las acciones en redes sociales y optimizar las estrategias en función de los resultados.

R.A.5 - Identificar y prevenir posibles crisis de reputación en Internet y elaborar planes de contingencia digitales.

R.A.6 - Asesorar a clientes en la elaboración e implementación de planes de reputación online acordes a sus necesidades.

R.A.7 - Posicionar el perfil profesional personal en Internet y gestionar activamente su imagen y reputación digital.

2. Contenidos/temario

Unidad 1. La convergencia digital y sus nuevos paradigmas

Unidad 2. Evolución del papel del *community manager*.

Unidad 3. Visibilidad, viralidad y papel evolutivo de las redes sociales.

Unidad 4. Estrategias de seguimiento y diagnóstico. Evaluación y análisis.

Unidad 5. Nuevos modelos de negocio en la comunicación digital.

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual, SCORM y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Sesiones con expertos en el aula
- c. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- d. Estudio y seguimiento de material interactivo

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas (a excepción de las prácticas y el Trabajo fin de título), se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Portafolio*	60 %
Actividad 1 (30%) - Estudio de casos: se propondrá un caso práctico a los estudiantes para su resolución. Actividad 2 (30%) - Resolución de problema: se ofrecerá al alumnado una situación ante la que tendrá que aportar una propuesta creativa que la resuelva.	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	40 %
Prueba objetiva de evaluación final con 10 preguntas tipo test y 4 opciones de respuesta. Solo una sola respuesta correcta sin crédito parcial negativo. Un solo intento por convocatoria con tiempo limitado, 30 minutos. La prueba final podría contemplar alguna pregunta de desarrollo, por acabar de definir por parte del docente.	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final) con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.**

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspense

Sin detrimento de lo anterior, el estudiante dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje**.

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

Ajram, J. y García, I. (2016). *Inconformistas: Un MBA no convencional para conseguir todo lo que te propongas en la vida y en el trabajo*. Alienta.

Bondía, A (2016). *Un café con Chan. Cómo cumplir sueños con personal branding*. Ed. Círculo Rojo.

Bravo, I (2023). *Escribo porque me gusta ganar dinero*. Alienta Editorial.

Godin, S (2009). *Tribus*. Gestión 2000.

Gutiérrez, A. Cambios e Incertidumbres. Momento Vuca en *Cinco Días*. Disponible en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/10/empresas/1484066840_500129.html Consultado el 02.02.2024.

Heras, V. (2023). *500.000 seguidores en 5 meses*. Alienta Editorial.

Martín, R (2023). *Huella magnética. Descubre los 22 secretos de las personas carismáticas*. Editorial independiente.

Nuñez, V. (2023). *De invisible a invencible*. Convierte Más.

Pérez, A (2011). *Expertología*. Alienta Editorial.

Pérez, A. (2019). *Monetízate: Cómo ganarte (bien) la vida con lo que eres y lo que haces*. Alienta.

Peters, T (31.08.1997). Fast Company. “*The Brand Called You*”.
<http://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>

Romero, J. y Oliván L. (2017) *Emprender en la era digital*. Gestión 2000.

6.2. Bibliografía complementaria

Botella, F. (2020). *¿Cómo entrenar la mente? Y aprender de forma exponencial*. Alienta.

Ferriss, T. (2016). *La semana laboral de 4 horas*. RBA Libros.

Freire, A. (10.04.2014). El 75% de las profesiones del futuro aún no existen o se están creando en *El Economista*. Disponible en <https://www.eleconomista.es/gestion-V.04>

[empresarial/noticias/5695373/04/14/El-75-de-las-profesiones-del-futuro-aun-no-existen-o-se-estan-creando.html](#) Consultado el 02.02.2024.

Keller, G. (2015). *Lo único*. Aguilar.

Navarro, C (2021). *Nómada digital. La libertad del siglo XXI*. Colección Exit editorial.

Redacción (s/f). Transformación digital. Qué es y su importancia y relación con los datos en *Powerdata* Disponible en <https://www.powerdata.es/transformacion-digital> Consultado el 02.01.2024.

Romero J., Romero E. y Romero M. (2018). *Vender en las plataformas digitales*. Esic Editorial.

Vilaseca, B. (2014). “*Qué harías si no tuvieras miedo? El valor de reinventarse profesionalmente*”. Debolsillo Clave. Sant Andreu de la Barca (Barcelona).

Yerro, E. (02.03.2018). ¿Qué es el networking y para qué sirve? en *Infoempleo*. Disponible en <http://blog.infoempleo.com/a/que-es-el-networking-y-para-que-sirve/> Consultado el 02.01.2024.