



Taller de Redes  
sociales

Máster de Formación  
Permanente en Radio,  
Podcast y Audio Digital  
2023-24



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Taller de Redes sociales

**Titulación:** Máster en Formación permanente en Radio, podcast y audio digital

**Curso Académico:** 2032-24

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 3

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. D. David Ramos Pascual

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

El alumno adquiera en esta asignatura las siguientes competencias:

- Capacidad para distribuir un producto radiofónico, podcast o audio digital a través de las Redes sociales
- Capacidad para identificar la idea o el nicho del producto realizado y su distribución en redes.
- Capacidad para elegir el tipo de comunicación digital que desea realizar
- Capacidad de trabajar en entornos digitales
- Capacidad para proyectar su etiqueta digital o la del medio para el que programa
- Capacidad para organizar su propio proyecto de audio a través de los social media
- Capacidad de establecer un itinerario hacia la profesionalización de su proyecto en audio.
- Capacidad para seleccionar las plataformas de audio más adecuadas para su idea.
- Monetización de la campaña

### 1.2 Resultados de aprendizaje

El alumno adquiere competencias sobre el papel de los social media en el descubrimiento, creación de contenidos y distribución de sus proyectos de audio.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

Las redes sociales se han convertido en aliados de creación y distribución de los contenidos de audio tanto para las emisoras de radio como para las distribuidoras de audio digital. Las redes confieren una dimensión diferente a los contenidos que tienen que adaptarse a lenguajes también diferentes, en busca de una mayor difusión. Los usuarios de redes son además consumidores proactivos en la generación de contenidos que implican crear estrategias concretas a cada necesidad (programa, pieza sonora o producto de podcast).

### 2.3. Contenido detallado

1. Presentación de la asignatura. Explicación de la Guía Docente. Conceptos básicos
2. De la radio de escaleta a la radio de redes
3. Lenguaje transmedia adaptado a cada *social media*
4. Contenidos de radio y contenidos web. Tipos de consumo.
5. La audiencia social de la radio a través de las RRSS: Riesgos y oportunidades
6. Gestión de comunidades y perfiles sociales en el ámbito de la radio
7. El oyente como generador de contenidos: Interacción con los oyentes
8. Contenido de la radio en las redes: Nuevas narrativas
9. Radios generalistas y musicales. Diferencias en el tratamiento de los contenidos.
10. La difusión de la radio en los *social media*: nuevas propuestas
11. El papel individual del comunicador de radio en las redes
12. Youtube, modelo de negocio y aplicación en radio
13. Retos de la radio en el ecosistema de los *social media*

### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares.

#### **Actividad Dirigida 1 (AD1):**

Creación de contenido específico según lo estudiado

#### **Actividad Dirigida 2 (AD2):**

Abordar una campaña concreta sobre una acción especial de una emisora de radio.

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2 Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

#### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

### 3.3 Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

##### Bibliografía Básica

- Cebrián Herreros. (2001). *La radio en la convergencia Multimedia*. Cevisa.
- Campos, F., Rúas, J., López, X. y Martínez, V.A (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *Profesional de la información*, 25(3), 449-457.
- Cardoso, G. (2011). Más allá de internet y de los medios de comunicación de masas. El nacimiento de la comunicación en red. *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 86, 14-22.
- Gutiérrez, M.; Martí, J. M.; Ferrer, I.; Monclús, B.; Ribes, X. (2014). Los programas radiofónicos españoles de prime time en Facebook y Twitter: Sinergias entre la radio convencional y las redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 418-434.
- Herrera, S. (2006). Internet y las nuevas formas de participación de los oyentes en los programas de radio. *Comunicação e Sociedade* 9(10), 83-90.
- Hootsuite (2021). The Global State of Digital 2021. *Hootsuite* [web] Recuperado de <https://www.hootsuite.com/pages/digital-trends-2021>
- López, N., Sánchez, Ch. y Izuzquiza, F. (2019). Nuevos perfiles profesionales de la radio y el audio digital. En Pedrero, L.M. y García, J.M (Eds.) *La transformación digital de la radio*, 243-266. Tirant Humanidades.
- Martínez Otón, L. y López Schlichting, C. (2021). *La influencia de las redes en la transformación de la radio: de la creación a la difusión en las narrativas digitales*. En Perez Escoda, A. y Rubio Romero, J. "Redes Sociales: ¿el quinto poder?". Edito. Tirant Lo Blanch.
- Moreno, M. (2018). *La enciclopedia del community manager*. Barcelona: Deusto
- Peña, P. y Pascual, A. (2013), Redes sociales en la radio española: Facebook, Twitter y Community Management. *Zer*. 18 (35), 123-144.
- Suing, A., Ordóñez, K. y Herrero-Gutiérrez, F. J. (2020). La coexistencia de la radio y las redes sociales en el proceso de convergencia mediática en España. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, núm. extraordinari 2020, 1-16.

#### 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. David Ramos Pascual
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en Periodismo
Correo electrónico	dramos@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Previa petición de cita por email

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Jefe de Contenidos y Estrategia Digital en Cadena SER y profesor de comunicación y marca en Internet en la Universidad Villanueva. Antes Redactor Jefe Digital de Deportes en Cadena SER, Senior News Editor en El Huffington Post, Editor General de Contenidos en Telefónica Digital para los proyectos Terra España e Invertia, Editor de Portada de RTVE.es y Jefe de Sección Web en 20minutos. También ha trabajado en Radio Marca, Agencia Efe, Europa Press y MTG España. Experiencia docente como profesor de periodismo digital, nuevas tecnologías de la información y tratamiento de contenidos multimedia en la Universidad Carlos III de Madrid, Instituto RTVE, Centro Universitario Villanueva y Universidad Europea de Madrid.</p>
---	--