



Redes Sociales y  
Comunicación Digital

**Máster Universitario en  
Dirección y Transformación  
Digital de Centros Educativos**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Redes Sociales y Comunicación Digital

**Titulación:** Máster Universitario en Dirección y Transformación Digital de Centros Educativos

**Carácter:** Obligatorio

**Idioma:** Español

**Modalidad:** No presencial o virtual

**Créditos:** 6

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dra.Dña. Naftalí Paula Veloz

### 1. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE

A lo largo del proceso formativo, los estudiantes podrán alcanzar los siguientes resultados de aprendizaje, para lo que se utiliza el siguiente código: K para conocimientos, S para habilidades y C para competencias.

#### 1.1 Conocimiento o contenidos (Knowledge)

- **K1** Poseer y comprender los 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
- **K6** Conocer el funcionamiento de diferentes plataformas y herramientas de digitalización de contenidos.
- **K7** Comprender el concepto y aplicación de Learning Analytics.

#### 1.2 Habilidades o destrezas (Skills)

- **S1** Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- **S2** Comunicar conclusiones, conocimientos y razones últimas que son sustentadas a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- **S3** Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto-dirigido o autónomo.
- **S4** Formular proyectos innovadores que potencien el trabajo en equipo, la innovación, y la creatividad en el ámbito de la Sociedad digital.

#### 1.3 Competencias (Competences)

- **C1** Formular juicios críticos, fundamentados y reflexivos, que integren consideraciones éticas y sociales en el contexto de aplicación del conocimiento especializado.
- **C3** Identificar y clasificar correctamente las diferentes herramientas y plataformas tecnológicas, con el fin de saber seleccionar las más adecuadas para emprender procesos de cambio en centros educativos.
- **C7** Diseñar proyectos innovadores en el área de educación, incorporando las tareas, herramientas y estrategias necesarias para su desarrollo, con especial atención a la gestión del cambio.
- **C9** Analizar los medios de comunicación online más adecuados para la difusión del proyecto desarrollado.
- **C10** Comparar y evaluar estrategias de comunicación en Internet y redes sociales.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

- Concepto y tipos de redes sociales.
- Social media: comunicación corporativa.
- Gestión de la reputación online.

### 2.3. Contenido detallado

#### **Unidad 1. Introducción a la web 2.0.**

Características de la Web 2.0.

Transformación y evolución de la comunicación: versión 2.0.

Nuevos perfiles profesionales y competencias digitales.

#### **Unidad 2. Comunicación 2.0. La aparición de las Redes Sociales.**

Comunicación 2.0: una ventana más allá de Internet.

Las Redes Sociales (RS) como nueva forma de interacción.

Protección, intimidad y privacidad en la era digital.

#### **Unidad 3. Redes Sociales: creación y diseño.**

Facebook y las fanpages.

El blog y la elaboración de artículos.

Twitter: 140 caracteres.

#### **Unidad 4. Las comunidades en red: comunicación y aprendizaje.**

Alfabetización digital en comunidades en red.

Empoderamiento del usuario.

Redes Sociales: aplicaciones y estrategias de aprendizaje.

#### **Unidad 5. Estrategia corporativa: análisis de la situación.**

Diagnóstico de la situación: análisis DAFO.

Definición de objetivos.

Estudios de mercado: herramientas y estrategias.

#### **Unidad 6. El proyecto empresarial: estrategias comunicativas.**

Identidad corporativa: homogeneización y adaptación online.

Target y branding.

Política empresarial e institucional.

#### **Unidad 7. Posicionamiento web.**

¿Qué es un Social Media?

SEO, SEM y SMO.

Campañas exitosas de Social Media.

#### **Unidad 8. Evaluación de los centros educativos.**

Prácticas y desarrollo comunicacional en el centro.

Evaluación y uso de las redes sociales.

Estrategias y prácticas para empoderar la institución educativa.

**Unidad 9. Política de uso de los medios sociales y gestión de la difusión.**

Políticas de uso y comportamiento a nivel corporativo.  
Medios sociales: normas y términos de uso.  
Estrategias de contenido.

**Unidad 10. El gestor: el Community Manager.**

Conceptos y características.  
Funciones, competencias y habilidades.  
Herramientas del community manager.  
Código deontológico.

**Unidad 11. Gestión de la reputación online.**

El plan de reputación online.  
Análisis y diagnóstico de la reputación online.  
Plan de crisis: reacción ante las oportunidades y amenazas.

**Unidad 12. Gestión del feedback y de la crisis.**

Protocolo de escucha activa en los medios sociales.  
Atención al usuario.  
Gestión del feedback para la mejora de productos y servicios.

**2.4. Actividades formativas**

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	Horas presenciales	Horas virtuales sincronicas	Horas virtuales asincronicas
AF1. Clases teóricas	15	0	12	3
AF2. Clases prácticas. Seminarios y talleres	15	0	12	3
AF3. Tutorías	3	0	1	2
AF4. Estudio Individual y trabajo autónomo	78	0	0	0
AF5. Actividades de evaluación	39	0	0	18
AF10 Participación a través de recursos virtuales	18	0	9	9
AF11 Pruebas de evaluación final	3	0	3	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>37</b>	<b>35</b>

**2.5. Metodologías docentes**

El profesorado podrá elegir entre una o varias de las siguientes metodologías detalladas en la memoria verificada del título:

Código	Metodologías docentes	Descripción
<b>MD1</b>	Método expositivo. Lección magistral	Presentación estructurada del tema por parte del profesor con el fin de facilitar la información a los estudiantes, transmitir conocimientos y activar procesos cognitivos. Se promueve la participación activa del alumno con actividades de debate, discusión de casos, preguntas y exposiciones.
<b>MD3</b>	Resolución de problemas	Metodología activa que permite ejercitar, ensayar y poner en práctica los conocimientos previos.
<b>MD4</b>	Estudio de casos	Análisis de un caso real o simulado con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimiento, etc.
<b>MD5</b>	Aprendizaje orientado a proyectos	Realización de un proyecto para la resolución de un problema, aplicando habilidades y conocimientos adquiridos.

<b>MD6</b>	Tutoría (individual y/o grupal)	Metodología basada en el profesor como guía del aprendizaje del estudiante, mediante el uso de herramientas tecnológicas como los foros, correo o videoconferencias.
------------	---------------------------------	--

### 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. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola "Matrícula de Honor".

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Modalidad virtual	MÍNIMO	MÁXIMO
SE1. Participación	10%	10%
SE2. Actividades dirigidas	30%	30%
SE3. Prueba final (examen o proyecto)	60%	60%

##### Convocatoria extraordinaria

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Modalidad virtual	MÍNIMO	MÁXIMO
SE2. Actividades dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final (examen o proyecto)	60%	60%

#### 3.3. Restricciones

##### Calificación mínima

##### Convocatoria Ordinaria

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

En todo caso, la superación de cualquier asignatura estará supeditada a aprobar las pruebas finales correspondientes a las que los estudiantes deberán presentarse documentados con su DNI/NIE

##### Convocatoria Extraordinaria

La calificación final de la convocatoria extraordinaria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota de la prueba extraordinaria sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades

y trabajos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en 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 y el uso de la IA**

La Universidad Antonio de 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.

La adopción de herramientas de IA en la docencia debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa si tiene previsto el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación dictados por el profesor en cada actividad.
- La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

## **4. BIBLIOGRAFÍA**

#### Bibliografía básica

Hernández, G. (2018). *Hablemos de... pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela*. Cátedra.

Nicolás, M. A., & Grandío, M. (2018). *Estrategias de comunicación en redes sociales: Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Gedisa.

Núñez, V. (2017). *Cómo comunicar la propuesta de valor de nuestro centro*. SM.

#### Bibliografía recomendada

Álvarez, V. A. Á., Álvarez, J. C. E., Zurita, C. I. N., & Álvarez, C. A. E. (2019). Plan de social media como estrategia de posicionamiento de marca aplicado a la empresa Importadora Zumbauto. *Visionario Digital*, 3(2.2), 261–283.

Mousinho, A. (2019). *¿Qué es SEO? La guía completa para entender el concepto y ejecutar la estrategia*. <http://bit.ly/34snaV4>

Santoveña, S. (2019). *Análisis de pedagogías digitales: Comunicación, redes sociales y nuevas narrativas*. Octaedro.

## **5. DATOS DEL EQUIPO DOCENTE**

Puede consultar el correo electrónico de los profesores y el perfil académico y profesional del equipo docente, en <https://www.nebrija.com/programas-postgrado/master/direccion-transformacion-digital/#docentes>