



Taller de Redes
sociales

Máster de Formación
Permanente en Radio,
Podcast y Audio Digital
2026-27



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Taller de Redes sociales

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

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 3

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Alejandro Rodríguez Hernández

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. Formatos y géneros audiovisuales aplicados a la "radio que se ve"
3. Canales, dispositivos y sistemas de distribución
4. Grabación y distribución de contenidos específicos
5. Los *lives* en RRSS y su difusión: herramientas y buenas prácticas
6. El audiovisual aplicado a los podcasts
7. La inteligencia artificial en el vídeo

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): Propuesta de difusión de un podcast (creado en otra asignatura o la idea de uno) en redes sociales usando el vídeo como parte fundamental.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Creación de un programa/show/podcast en directo que relacione el audio y el vídeo.

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.

3.5. Uso de la IA

La adopción de herramientas de IA 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 que lo precise, si se contempla 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 y evaluación 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

- Cervera Barriga, E. (2018). Yo soy YouTuber. Madrid: CEU Ediciones.
- 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.
- 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?". Editó. Tirant Lo Blanch.
- Merino Álvarez, C., Clares Gavilán, J., & Neira, E. (2019). La revolución over the top: Del vídeo bajo demanda (VoD) a la televisión por internet. Barcelona: Editorial UOC.
- Nuzum, Eric (2019): Make Noise: a Creator's Guide to Podcasting and Great Audio Storytelling. Nueva York, Workman
- Ortiz Sobrino, M. A., & López Vidales, N. (2011). Radio 3.0: Una nueva radio para una nueva era: la democratización de los contenidos. Madrid: Fragua.
- Pedrero Esteban, L. M., Gabilondo, I., & García Lastra-Núñez, J. M. (2019). La transformación digital de la radio: Diez claves para su comprensión profesional y académica. Valencia: Tirant Humanidades.
- Rowles, Daniel y Rogers, Ciaran (2019): Podcasting Marketing Strategy: A Complete Guide to Creating, Publishing and Monetizing a Successful Podcast. London, Kogan Page
- Recurso digital: (fecha de consulta): link Bibliografía recomendada
- Cebrián Herreros. (2001). La radio en la convergencia Multimedia. Cevisa.
- Priestman, C. (2002). Web radio: Radio production for internet streaming. Oxford, [etc.]: Focal Press.
- Pablos, J. M. d. (2001). La red es nuestra: El periódico telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social. Barcelona, [etc.]: Paidós.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Alejandro Rodríguez Hernández
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Graduado en Periodismo
Correo electrónico	arodrigh@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Graduado en Periodismo (Universidad de La Laguna) y máster en International Business (especializado en comunicación internacional y economía). Social Media Strategist de la agencia Lazotea. Anteriormente Director digital de Prensa Ibérica en Canarias, jefe de Redes Sociales y responsable de vídeo nativo en la Cadena SER. Ha sido subdirector del podcast 'Play Segunda' y productor de contenidos digitales de 'El Larguero'.