



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:** Castellano

**Modalidad:** A distancia

**Créditos:** 6

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2º

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

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

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 auto-dirigido o autónomo.

CG2 Ser capaz de formular proyectos innovadores que potencien el trabajo en equipo, la innovación, y la creatividad en el ámbito de la Sociedad digital.

CG3 Ser capaz de 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.

CE15 Valorar el funcionamiento de diferentes plataformas y herramientas de digitalización de contenidos.

CE17 Comprender el concepto y aplicación de Learning Analytics.

CE18 Analizar los medios de comunicación online más adecuados para la difusión del proyecto desarrollado.

CE19 Se capaz de comparar y evaluar estrategias de comunicación en Internet y redes sociales.

## 1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Analizar y clasificar los medios de comunicación digital.
- Manejar plataformas digitales.
- Ser capaz de aplicar Learning Analytics a un proyecto de centro educativo.

## 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

#### 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.

#### 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.

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

Facebook y las fanpages.

El blog y la elaboración de artículos.

Twitter: 140 caracteres.

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

Alfabetización digital en comunidades en red.

Empoderamiento del usuario.

Redes Sociales: aplicaciones y estrategias de aprendizaje.

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

Diagnóstico de la situación: análisis DAFO.

Definición de objetivos.

Estudios de mercado: herramientas y estrategias.

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

Identidad corporativa: homogeneización y adaptación online.

Target y branding.

Política empresarial e institucional.

**7. Posicionamiento web.**

¿Qué es un Social Media?  
SEO, SEM y SMO.  
Campañas exitosas de Social Media.

**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.

**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.

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

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

**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.

**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**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1. Clases teóricas asíncronas.	15	0%
AF2. Clases prácticas. Seminarios y talleres	15	0%
AF3. Tutorías	6	0%
AF4. Estudio individual y trabajo autónomo	78	0%
AF5. Actividades de evaluación	36	6%
<b>NÚMERO TOTAL DE HORAS</b>	<b>150</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
MD1	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.
MD2	Estudio individual	Trabajo autónomo y reflexivo del estudiante, con el fin de profundizar en la adquisición de las competencias asociadas (preparación de clases y exámenes; uso de las fuentes de información; realización de trabajos, presentaciones; uso de las TICs; participación en foros de discusión, etc.)
MD3	Resolución de problemas	Metodología activa que permite ejercitar, ensayar y poner en práctica los conocimientos previos.
MD4	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.
MD5	Aprendizaje orientado a proyectos	Realización de un proyecto para la resolución de un problema, aplicando habilidades y conocimientos adquiridos.
MD6	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.
MD7	Autoevaluación	Valoración de los propios conocimientos, aptitudes y adquisición de competencias.
MD8	Heteroevaluación	Evaluación del alumno realizada por el profesor.

## 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	Porcentaje
Participación	10%
Actividades dirigidas	30%
Prueba final (examen o proyecto)	60%

#### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Actividades dirigidas	40%
Prueba final (examen o proyecto)	60%

### 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.

#### 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

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

Nicolas, M. A., y Grandío, M. (2018). *Estrategias de comunicación en redes sociales: usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona: Gedisa.

#### Bibliografía recomendada

Santoveña, S. (2019). *Análisis de pedagogías digitales: comunicación, redes sociales y nuevas narrativas*. Barcelona: 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/#masInfo#profesores>