



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	REDES SOCIALES DE COMUNICACIÓN		
Materia	LA DIMENSIÓN PSICO-SOCIO-CULTURAL DE LA PUBLICIDAD Y LA EMERGENCIA DE LOS PÚBLICOS		
Módulo			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	550	Código	42904
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Optativa (Op)
Nivel/Ciclo		Curso	4
Créditos ECTS	3 créditos ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Ángel Carrasco Campos (profesor docente de la asignatura por determinar)		
Departamento(s)	Sociología y Trabajo Social		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	angel.carrasco.campos@uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura de “Redes sociales para la comunicación” se encuadra en la materia “La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos”, como asignatura optativa de cuarto curso, del itinerario 4: “Investigación de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas”. Esta asignatura se ofrece en el segundo cuatrimestre del último curso de la titulación, por lo que viene a completar la formación del alumnado en un campo de suma actualidad en las sociedades globalizadas, requiriendo de la suficiente madurez como para no quedarse en el mero manejo de tecnologías, sin rumbo ni contenido.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura se relaciona directamente con otras de su mismo itinerario, como son las de “Marketing estratégico”, “Opinión pública”, “Políticas de comunicación en el contexto europeo”, “Laboratorio multimedia”, “Planificación estratégica de la publicidad”, y todas aquellas del campo de las Relaciones públicas y las estrategias de información y comunicación.

1.3 Prerrequisitos

No se establecen prerrequisitos.



2. Competencias

2.1 Generales

CG1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado CG-2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional CG-3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos esenciales b. Ser capaz de reflexionar sobre el sentido y la finalidad de la praxis. c. Ser capaz de utilizar procedimientos eficaces de búsqueda de información, tanto en fuentes de información primarias como secundarias, incluyendo el uso de recursos informáticos para búsquedas en línea. CG-4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado CG-5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía CG-6. Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional

2.2 Específicas

COMPETENCIAS ACADÉMICAS - DISCIPLINARES CE. 1 – Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad CE. 2 – Capacidad para asumir el liderazgo CE. 4 - Conocimiento del entorno. CE. 5 - Capacidad para la creatividad y la innovación CE. 6 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales

COMPETENCIAS PROFESIONALES CE-8 Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa CE. 9 Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación CE. 10 - Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia CE-11 Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia CE. 14 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje CE. 15 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos CE. 18 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas

COMPETENCIAS TRANSVERSALES CE. 19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno



3. Objetivos

OBJ1: Estímulo de la capacidad analítica e interpretativa de los estudiantes, difundiendo una aproximación crítica ante el estudio de cualquier fenómeno social, en particular de aquellos que permiten la comunicación mediante las redes sociales telemáticas.

OBJ4: Aumentar la comprensión acerca del papel que protagoniza la esfera de la comunicación en general, y de la publicidad y las relaciones públicas en particular, en los procesos de comunicación en las redes sociales telemáticas.

OBJ5: Desarrollar en los estudiantes una capacidad de comunicación y de trabajo en grupo constante, estimulando la toma de decisiones autónomas por parte del alumno y/o del grupo tras aplicar los correspondientes mecanismos de valoración previa.

OBJ6: La resolución de casos concretos a lo largo de las sesiones presenciales estimulará la actitud estratégica para ser capaz de prever los cambios y articular la pertinente adaptación.





4. Contenidos y/o bloques temáticos

a. Contextualización y justificación

El programa de la asignatura se estructura en cuatro temas, que, secuencialmente, van introduciendo al alumno en el conocimiento de las redes sociales, su análisis, los elementos que particularizan las redes sociales telemáticas y el fenómeno de la comunicación en estas redes a través de internet, la Red por excelencia en la sociedad globalizada. En el último de los apartados del programa se presentan otros contenidos, como el trabajo del Community Manager, figura profesional con la que el alumnado habrá de tratar en su inserción laboral, aunque dado que este contenido se trata en otras materias se hará apenas una somera referencia

b. Objetivos de aprendizaje

Ver punto 3 de la guía

c. Contenidos

1. LAS REDES SOCIALES Y SU ESTUDIO COMO METÁFORA, PARADIGMA Y MÉTODO
2. EL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES: SUS FUNDAMENTOS Y APLICACIONES.
3. DE LAS REDES SOCIALES PRESENCIALES A LAS REDES SOCIALES TELEMÁTICAS.
4. REDES TELEMÁTICAS Y COMUNICACIÓN.

d. Métodos docentes

Para la obtención de los objetivos y resultados de aprendizaje propuestos se recurrirá a la exposición por parte del profesor de aquellos aspectos de la asignatura que sean fundamentales, pero también a las prácticas en seminarios apropiados y el debate grupal de casos o de otros contenidos específicos. Todas estas actividades han de basarse, sin embargo, en el trabajo individual, autónomo, del alumnado y en el trabajo colaborativo, en grupo, mediante el cual se comparten, analizan y reelaboran los contenidos de la materia.

El campus virtual de la asignatura servirá de principal elemento de comunicación virtual entre profesor y alumnos/as.

e. Plan de trabajo

El trabajo durante las sesiones presenciales combinará la exposición de los conceptos e ideas fundamentales de cada uno de los temas, con el comentario colectivo de diferentes materiales (textos clásicos, artículos científicos, informes o datos institucionales, material audiovisual, etc.).

El trabajo no presencial de la asignatura requerirá la preparación de los materiales teóricos y, eventualmente, la realización de ejercicios breves y/o trabajos tutelados (según disponga el/la profesor/a).

Si fuera preciso, y cuando lo fuera, el/la profesor/a indicará y facilitará aquellos materiales que pudieran utilizarse en actividades presenciales, de acuerdo con las necesidades de cada sesión. Se recomienda a los estudiantes la consulta del campus virtual con regularidad.



Se recomienda el seguimiento presencial de la asignatura tanto para una mejor comprensión de los elementos teóricos de la asignatura, como para la elaboración de las actividades prácticas (cuyas pautas serán explicadas en las sesiones presenciales). Asimismo, se recomienda el seguimiento habitual del campus virtual de la asignatura.

f. Evaluación

La evaluación de la asignatura quedará dividida, a partes iguales, en teoría y prácticas para cada una de las convocatorias. Podrán establecerse modalidades de evaluación continua, a determinar pro el/la profesor/a

g. Bibliografía básica

- CASTELLS, Manuel (2012). Redes de indignación y esperanza. Madrid, Alianza Editorial
- CASTELLS, Manuel (2000). La era de la información. Vol 1. La sociedad red. ("La teoría social del espacio y la teoría del espacio de los flujos", pp. 488-495). Madrid, Alianza Editorial.
- CASTELLS, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid, Alianza Editorial
- DE HARO et al. (Coords.) (2012). Historias en red. Impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación. Universidad de Murcia
- LOZARES, Carlos (1996). "La teoría de redes sociales", en Papers, nº 48. Universidad Autónoma de Barcelona (También disponible en: <http://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares>)
- MARÍ SÁEZ, Víctor (2004). La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red. Madrid, Ed. Popular
- MARTÍN GUTIÉRREZ, Pedro y VILLASANTE, Tomás (2007). "Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social", en Política y Sociedad, nº 44. Facultad de CC. Políticas y Sociología de la U. Complutense de Madrid (pp. 125-140) (También disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0707130125A>)
- MARTÍN GUTIÉRREZ, Pedro (2004): "...y tú ¿de quién eres? Mapas sociales y prácticas transformadoras", en Encina, J. et al., Cuando parece que la gente no participa. Sevilla, Ed. Atrapasueños (Págs. 41-60) (También disponible en: <http://es.scribd.com/doc/33411391/Mapas-Sociales-y-Practicas-Transformadoras>)
- PADILLA, Margarita (2012). El kit de la lucha en internet. Madrid, Traficantes de sueños (Disponible también en: <http://www.traficantes.net/libros/el-kit-de-la-lucha-en-internet>)
- PANIAGUA LÓPEZ, Julián Antonio (2012). Curso de Análisis de Redes Sociales. Metodología y estudio de caso (Capítulo de "Introducción") Universidad de Granada (pp. 15- 32)
- UGARTE, David de (2011). "Breve historia de las redes sociales", en: El poder de las redes. Manual ilustrado para ciberactivistas. (También disponible en: <http://lasindias.com/el-poderde-las-redes>)

h. Bibliografía complementaria

- CHIRSTAKIS, Nicholas y FOWLER, James (2010). Conectados. Madrid, Ed. TAURUS
- DEL FRESNO, Miguel; MARQUÉS, Pilar y PAUNERO, David (Coord.) (2014). Conectados por redes sociales. Barcelona, Ed. UOC
- GRANOVETTER, Mark (2003). "La fuerza de los lazos débiles. Revisión de la teoría reticular", en REQUENA SANTOS, Félix (Comp.). Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones, Madrid, CIS (pp. 196-230)



HERRERO, Reyes (2000). “La terminología del análisis de redes. Problemas de definición y de traducción”, en Política y Sociedad, nº 33. Facultad de CC. Políticas y Sociología de la U. Complutense de Madrid (pp. 199-205) (También disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0000130199A>)

JOHNSON, Steven (2013). Futuro perfecto. Sobre el progreso en la era de las redes. Madrid, Turner.

JOHNSON, Steven (2003). Sistemas emergentes. Madrid, Turner

KADUSHIN, Charles (2013). Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas

MARTÍN GUTIÉRREZ, Pedro (1999). “El sociograma como instrumento que desvela la complejidad”, en Empiria. Revista de metodología de Ciencias Sociales, nº 2. UNED (pp. 129 – 152) (También disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>)

MARQUINA-ARENAS, Julián (2012). Plan Social Media y Community Manager. Barcelona, UOC

MOLINA, José Luis (2001). El análisis de redes sociales. Una introducción. (Cap. I; “El análisis de redes sociales”). Barcelona, Edicions Bellaterra (pp. 13-36)

WATTS, Duncan (2006). Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso. Barcelona, Paidós

WELMAN, Barry (2000). “El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia”, en Política y Sociedad, nº 33.

i. Recursos necesarios

Acceso al campus virtual

j. Temporalización

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
BLOQUE 1 (incluye presentación)	0,75	4 semanas
BLOQUE 2	0,75	4 semanas
BLOQUE 3	0,75	4 semanas
BLOQUE 4	0,75	3 semanas

5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Exposiciones de los temas por parte del profesor/a y comentario conjunto con los alumnos.
- Actividades de presentación, lectura/visionado y discusión de textos, videos, y distinto material audiovisual sobre se realizará trabajo colectivo (alumnos-profesor) durante las horas de clase, como complemento y refuerzo a la exposición del profesor/a.
- Realización de ejercicios sobre los contenidos de la asignatura.
- Orientación, guía y tutela de trabajos individuales y en grupo.
- El campus virtual será una herramienta fundamental de comunicación alumno-profesor, sobre todo para la facilitación de materiales y la entrega de trabajos y ejercicios.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	20	Estudio y trabajo autónomo individual	25
Clases prácticas de aula (A)	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	15
Total presencial	40	Total no presencial	40

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Realización de actividades prácticas (por ejemplo: exposiciones orales, trabajos en grupo, análisis de caso, ejercicios, comentarios de texto, etc).	50%	Se podrán establecer criterios de evaluación continua
Evaluación de contenidos teóricos mediante prueba individual	50%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Asimilación de los contenidos teóricos.
 - Aplicación de los contenidos teóricos en casos prácticos.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Asimilación de los contenidos teóricos.
 - Aplicación de los contenidos teóricos en casos prácticos.

8. Consideraciones finales