



Proyecto/Guía docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	REDES SOCIALES DE COMUNICACIÓN		
<b>Materia</b>	LA DIMENSIÓN PSICO-SOCIO-CULTURAL DE LA PUBLICIDAD Y LA EMERGENCIA DE LOS PÚBLICOS		
<b>Módulo</b>			
<b>Titulación</b>	Grado en Publicidad y Relaciones sociales.		
<b>Plan</b>	458	<b>Código</b>	42904
<b>Periodo de impartición</b>	Segundo cuatrimestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Optativa
<b>Nivel/Ciclo</b>	Grado	<b>Curso</b>	4º
<b>Créditos ECTS</b>	3 ECTS		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Español		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Julián Antonio Paniagua López		
<b>Departamento(s)</b>	Sociología y Trabajo Social		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:julianantonio.paniagua@uva.es">julianantonio.paniagua@uva.es</a>		



## **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-sociocultural 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**

---

Se necesitan conocimientos básicos de informática como usuario.

Se debe saber manejar el procesador de textos, bajar documentos de internet al ordenador, instalar un programa y saber manejar el campus virtual.

Capacidad cognitiva para el aprendizaje de nuevos programas y aplicaciones informáticas.

Poseer o tener acceso a un ordenador con 64 bits.



## 2. Competencias

### 2.1 Generales

CG.1. 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. Ser capaz de reflexionar sobre el sentido y la finalidad de la praxis. 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: Aprender a elaborar un informe técnico o artículo académico con el método del análisis de redes sociales a través de un estudio de caso.

OBJ2: 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.

OBJ3: 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.

OBJ4: 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.

OBJ5: 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

##### Bloque 1. Teoría.

Tema 1. Introducción a la teoría de las redes sociales.

Tema 2. Ideas clave en el estudio de las redes sociales.

Tema 3. La teoría de grafos aplicada al estudio de las redes sociales.

##### Bloque 2. Práctica.

Ejercicios y estudios de caso con los programas especializados en análisis de redes sociales. Ucinet (programa preferente), Gephi, SocNetV.

##### Bibliografía obligatoria:

- KADUSHIN, Charles (2013): *Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- PANIAGUA LÓPEZ, Julián (2012): *Curso de análisis de redes sociales. Metodología y estudios de caso*. Universidad de Granada. Granada.

##### Bibliografía complementaria:

- WASSERMAN, S. & FAUST, K. (2013): *Análisis de redes sociales. Métodos y aplicaciones*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid.
- MOLINA, José Luis (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. (Cap. I; "El análisis de redes sociales"). Barcelona, Edicions Bellaterra (pp. 13-36).
- 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).
- WELMAN, Barry (2000). "El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia", en *Política y Sociedad*, nº 33.
- FREEMAN, Linton C. (1.999): "La centralidad en redes sociales. Clarificación conceptual", en *Revista Política y sociedad*, nº 33. Editado originalmente en *Social Network* nº 1, 1.978.
- REQUENA SANTOS, Félix (1.989): "El concepto de red social", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 48, pp. 137-152.
- REQUENA SANTOS, Félix (1996): "Redes sociales y cuestionarios", en *Cuadernos Metodológicos*, nº 18, Centro de investigaciones Sociológicas.
- BLAU, Peter (1982): *Intercambio y poder en la vida social*, editorial Hora, S.A. Barcelona.
- BORGATTI, Stephen (2013): "El problema del actor clave", en *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, Vol 24,#2.

## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

El primer bloque de la asignatura se dedicará a las clases teóricas apoyadas en presentaciones con el ordenador. Se explicarán los conceptos clave de la teoría de redes y la teoría de grafos que posteriormente se aplicarán en el aula de informática. Esta parte del programa durará cuatro semanas.

El segundo bloque se impartirá en el aula de informática, lugar donde se impartirán el resto de las clases del curso. Se dedicarán al aprendizaje de los programas informáticos especializados en análisis de redes y en hacer ejercicios de práctica.

Debido a que la evaluación de la asignatura será en dos partes –examen y trabajo– se explicará la forma de hacer el trabajo práctico, que consistirá en la descripción y análisis de un estudio de caso usando los programas informáticos explicados en las clases. Se subirán a la campus virtual los documentos necesarios para la realización del trabajo y seguimiento de la asignatura. Se requerirán al menos dos tutorías para el asesoramiento y búsqueda de la información más todas las consultas por correo electrónico que pida el alumno.

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES O PRESENCIALES A DISTANCIA (1)	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	10	Estudio y trabajo individual	10
Clases prácticas	20	Estudio y trabajo autónomo individual y grupal	20
Total presencial	30	Total no presencial	30

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor para otro grupo presente en el aula.

Según los criterios de los créditos ECTS, el alumnado debe dedicar un total de 30 horas de trabajo autónomo a la asignatura, en diferentes tareas tales como: lectura y análisis de textos; realización de ejercicios prácticos de búsqueda y análisis de información; diseño, planificación y realización de trabajos; y preparación de la prueba escrita final de la asignatura.

De acuerdo con las directrices marcadas por las autoridades universitarias, se intentará preservar la actividad presencial, siempre respetando las recomendaciones sanitarias que establecen una distancia mínima de seguridad entre el alumnado. En caso de no poderse desarrollar una docencia 100% presencial se aplicará el sistema del modelo bimodal que mejor se adapte a las características del grupo y de la organización de la docencia (retransmisión sincrónica, docencia inversa, docencia realizada parcialmente a través de videoconferencia, etc.)



## 7. Sistema y características de la evaluación

---

La evaluación estará dividida en dos partes.

Un **examen de tipo test**. Se basará en las lecturas obligatorias del temario. **Representa el 40% de la nota**. Consistirá en 16 preguntas con cuatro opciones de respuestas y solo una será válida. No tendrán puntuación negativa.

Un **trabajo práctico** en el que se describirá y analizará un **estudio de caso** usando el método de análisis de redes sociales explicado en clase. **Representa el 60% de la nota**. Se valorará la estructura formal, la exposición de la pregunta principal y el objetivo del estudio, la claridad en la explicación de la red investigada, la relación coherente entre los datos empíricos tomados, el desarrollo del discurso y las conclusiones. Las faltas de ortografía y de sintaxis reducirán la nota. Este trabajo se puede hacer tanto individualmente como por parejas. Excepcionalmente y dependiendo del tema concreto de la investigación se podrá admitir a grupos de tres estudiantes.