

Titulación	Tipo	Curso
2503868 Comunicación de las Organizaciones	OB	2

Contacto

Nombre: Cristina María Pulido Rodríguez

Correo electrónico: cristina.pulido@uab.cat

Equipo docente

Marta Portales Oliva

Xavier Ortuño Iserte

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

El estudiante deberá presentar un dominio de la ofimática y un manejo avanzado de la navegación por la red. Se recomienda un uso básico de las principales redes sociales.

Objetivos y contextualización

1. Conocer las claves de la gestión de las redes sociales para la difusión de contenidos.
2. Aprender los fundamentos para la escritura de la red.
3. Analizar las herramientas pertinentes para el posicionamiento de contenidos.

Competencias

- Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Adaptar la comunicación generada por la propia organización al lenguaje de los medios de comunicación tradicionales y digitales.

- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y de documento útil para la elaboración de mensajes.
- Concebir, planificar y ejecutar proyectos de comunicación sobre la organización en todo tipo de soportes para los públicos internos y externos de la misma.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
2. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
3. Elaborar documentos sonoros y audiovisuales para ser enviados a los periodistas de los mass-media o para ser incluidos en los propios medios de la organización.
4. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de la asignatura.
5. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
6. Producir y gestionar contenidos informativos para redes sociales de todo tipo.
7. Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
8. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
9. Realizar actividades comunicativas escritas, sonoras, audiovisuales y digitales.
10. Reconocer la virtualidad y los límites de la libertad de expresión al producir documentos informativos en y para cualquier tipo de soporte.
11. Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.
12. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.

Contenido

- 1) Comunicación, organizaciones y redes sociales.
- 2) Redes sociales: Características, potencialidades y uso avanzado.
- 3) Ecosistema digital: Concepción, diseño y gestión.
- 4) Fundamentos de la escritura para internet incluyendo la perspectiva de género.
- 5) Contenidos y redes (I): de la información a la promoción.
- 6) Contenidos y redes (II): del inbound marketing al storytelling.
- 7) Redes sociales y crisis comunicativas.
- 8) Posicionamiento de contenidos.
- 9) Audiencias digitales.
- 10) Estudios de casos.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Prácticas	33	1,32	9, 3, 6, 10, 5, 11
Sesiones teóricas	15	0,6	2, 4
Tipo: Supervisadas			
Tutorías proyectos	15	0,6	6, 5
Tipo: Autónomas			
Estudio y preparación actividades	62	2,48	2, 4, 9, 3, 6, 10, 5, 11

La metodología de la asignatura se basa principalmente en prácticas (evaluables y no evaluables para adquirir las competencias necesarias en la gestión de contenidos en redes sociales) y sesiones teóricas. El peso pero de la asignatura recaerá más en la parte práctica.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	40	3	0,12	12, 2, 4, 10
Proyecto	20	10	0,4	12, 1, 2, 4, 9, 3, 6, 7, 8, 10, 5, 11
Prácticas	40	12	0,48	12, 1, 9, 3, 6, 5, 11

Esta asignatura no prevé evaluación única.

La evaluación de la asignatura tendrá dos partes claramente diferenciadas y se tendrán que aprobar todas:

- 1) Las actividades de aprendizaje (60%): Prácticas, comentarios, reseñas, etc.
- 2) La valoración de los contenidos teóricos (40%): tests y exámenes.

La asignatura consta de las actividades de evaluación siguientes:

Actividad A: Exámenes, 40% sobre la calificación final.

Actividad B: Prácticas, 25 % sobre la calificación final.
Actividad C: Proyecto, 35 % sobre la calificación final.

Para poder aprobar la asignatura, habrá que sacar una nota mínima de 5 en las actividades A, B y C.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades el peso de las cuales equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

Bibliografía

AA.VV. (2014). *Escribir para la Red: Reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'*. Barcelona: Gabinete de Comunicación y Educación.

CAMUS, JUAN CARLOS (2009). *Gestión de contenidos digitales. Tienes 5 segundos*. Link: <https://blogdelmedio.com/wp-content/uploads/2010/03/juan-carlos-camus-tienes-5-segundos-libro.pdf>

DUONG VRONIQUE (2020) *SEO Management: Methods and Techniques to Achieve Success*. Newark: John Wiley & Sons, Incorporated.

JARABA, GABRIEL (2017). *YouTuber: Cómo crear vídeos de impacto y triunfar con ellos en internet*. Ma Non Troppo.

SALAVERRÍA, RAMON. (2019). *Periodismo digital: 25 años de investigación*. Artículo de revisión. *El Profesional de La Información*, 28(1), 1-27. Link: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/69729/42172>

SUTHERLAND, KAREN E. (2021). *Strategic Social Media Management: Theory and Practice* / Karen E. Sutherland. Singapore: Palgrave Macmillan,

VAN LOOY, AMY (2022) *Social Media Management: Using Social Media As a Business Instrument*. Cham: Springer International Publishing.

VARELA, JUAN (2009). *"El periodista como red social"*. Periodistas21. Link: <http://periodistas21.blogspot.com/2009/03/el-periodista-como-red-social.htm>

*** Durante el curso se trabajará con materiales derivados de sitios webs, cibermedios y blogs especializados.

Software

Software básico de ofimática, dominio de redes sociales y gestión contenidos digitales.

Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	71	Catalán/Español	segundo cuatrimestre	tarde

(PLAB) Prácticas de laboratorio	72	Catalán/Español	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	7	Catalán/Español	segundo cuatrimestre	tarde