



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

**GUÍA DOCENTE**

**Monitorización de RRSS**

**MÁSTER EN MARKETING, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN  
PRESENCIAL**

**CURSO ACADÉMICO 2021-2022**

# ÍNDICE

RESUMEN .....	3
DATOS DEL PROFESORADO .....	3
PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA.....	3
OBJETIVOS DE LA SESIÓN .....	3
RESULTADOS DE APRENDIZAJE .....	4
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA .....	4
METODOLOGÍA .....	4
EVALUACIÓN.....	4
BIBLIOGRAFÍA .....	5

## RESUMEN

<b>Centro</b>	Facultad de Comunicación		
<b>Titulación</b>	Máster en Marketing, Publicidad y Comunicación		
<b>Asignatura</b>	Monitorización de RRSS	Código	F1P1P03014
<b>Carácter</b>	Obligatoria		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2021-2022		

## DATOS DEL PROFESORADO

<b>Responsable de Asignatura</b>	Óliver Serrano León
<b>Correo electrónico</b>	oliver.serrano@pdi.atlanticomedio.es
<b>Teléfono</b>	828 019 019

## PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura se compone de dos partes diferenciadas:

Repaso del concepto de KPI y de la importancia de su correcta aplicación en la estrategia digital, centrándonos en las KPI más usadas en redes sociales para medir, obtener datos, poder obtener conocimiento y tomar las decisiones oportunas.

Demostración de algunas de las plataformas más conocidas para la monitorización de datos en redes sociales y explicación de sus características, así como sus ventajas e inconvenientes.

## OBJETIVOS DE LA SESIÓN

### Objetivo 1

Describir el concepto de KPI aplicado a las redes sociales.

### Objetivo 2

Identificar los KPI más habituales que se miden en redes sociales.

### Objetivo 3

Enumerar cuáles son los KPI más importantes en cada red social y por qué.

### Objetivo 4

Distinguir las diferentes plataformas de monitorización de redes sociales.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

- Al finalizar esta asignatura, el alumnado será capaz de señalar el concepto de KPI aplicado a la comunicación en redes sociales.
- Explicar los KPI más habituales utilizados en redes sociales.
- Señalar los KPI más importantes para cada red social y justificarlo.
- Comparar las diferentes herramientas y plataformas para la monitorización de redes sociales.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

1. ¿Qué es un KPI? La importancia de medir en redes sociales.
2. Redes sociales y KPIs. Qué mido y por qué lo mido.
3. KPIs más habituales para cada red social.
4. Insights de cada red social y plataformas de monitorización.

## METODOLOGÍA

---

La sesión se desarrollará a través de una clase magistral con una presentación en PPT, en la que se combinarán elementos teóricos con la exposición de ejemplos y de problemáticas reales en la gestión de las redes sociales para una organización. La metodología será activa-participativa, esperando que el alumnado se implique realizando preguntas al profesor.

## EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

La evaluación será de 0 a 10, siguiendo el sistema español en cada uno de los ítems a calificar.

	% CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia, participación, implicación y actitud	30%
Trabajo previo	70%

### Enunciado del trabajo:

Examen a través de un formulario sobre lo visto en el temario.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeDVGGuGgUOCLSP4UOfQ4kHvBUPg5UgFKosdMhunV87cGRjhMA/viewform>

## BIBLIOGRAFÍA

---

<https://agenciacomma.com/marketing-digital/que-kpi-son-mas-importantes-en-redes-sociales/>

<https://agenciacomma.com/marketing-digital/herramientas-redes-sociales/>

<https://blog.hootsuite.com/es/kpis-de-redes-sociales/>