



Guía Docente

Redes Sociales. Reputación de la Empresa

**Título Universitario Superior en Marketing y
Negocios Digitales**
MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2025-2026

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

INFORMACIÓN ADICIONAL

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

| | |
|------------------------------|---|
| Centro | Universidad del Atlántico Medio |
| Titulación | Título Universitario Superior en Marketing y Negocios Digitales |
| Asignatura | Redes Sociales. Reputación en la Empresa |
| Carácter | Formación Obligatoria |
| Curso | 2º |
| Semestre | 1 |
| Créditos ECTS | 3 |
| Lengua de impartición | Castellano |
| Curso académico | 2025-2026 |

DATOS DEL PROFESORADO

| | |
|----------------------------------|--|
| Responsable de Asignatura | Nereida Vega Vizuete |
| Correo Electrónico | nereida.vega@pdi.atlanticomedio.es |
| Tutorías | De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico. |

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Manejar y utilizar información práctica indispensable para el uso, manejo y funcionamiento de las redes sociales en la empresa.
- Incorporar criterio profesional sobre las redes sociales para aplicar en los negocios.
- Diseñar, desarrollar e implementar una estrategia de marketing digital en la empresa usando las redes sociales como herramienta principal.
- Ajustar los objetivos de marketing a las herramientas de que dispongan los negocios.
- Usar las redes sociales como herramienta de trabajo en los negocios.
- Monitorizar y analizar la reputación del negocio a través de redes sociales.
- Identificar y definir el público del negocio y localizar en qué ámbito del espacio digital se encuentran.
- Implementar estrategias diversas, adaptadas a las necesidades del negocio, en las redes sociales.
- Crear estrategias de captación y fidelización a través de las redes sociales.
- Construir campañas con diferentes tipos de objetivos, apoyándose en las redes sociales.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Los contenidos de la asignatura se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Tema 1. Conocimiento general sobre marketing digital:

- Conceptos básicos.
- Evolución del Marketing.
- Análisis estratégico y perspectiva crítica
- Planes y estrategias (aterrizaje desde el negocio hasta el espacio digital).

Tema 2. Redes Sociales como herramienta para los negocios

- Profundizando en cada red social.
- Creación de contenido y metodología específica.
- Día a día en las redes sociales de un negocio: más allá de crear contenidos.
- Análisis crítico de las redes sociales.

Tema 3. Procesos de captación en redes

- Definición.
- Factores implicados.
- Diseño, ejecución y evaluación de los procesos de captación.
- Análisis del impacto.

Tema 4. Plan Social Media

- Auditoría y análisis.
- Análisis del público objetivo.
- Objetivos.
- Estrategias y tácticas.
- Planificación.
- Evaluación (KPIs y otras métricas).

Tema 5. Ética en las RRSS y Responsabilidad social

- Perspectiva histórica.
- Responsabilidad social.
- Influencia de las redes sociales.
- Marketing ético

Casos prácticos (la práctica se realizará de manera transversal a lo largo de todo el curso).

- Análisis crítico de casos reales.
- Diseño e implementación del plan social media para un negocio o servicio.

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

| SEMANA | TEMA |
|---------------|---------------------|
| <u>1</u> | Tema 1 |
| <u>2</u> | Tema 2 |
| <u>3</u> | Caso práctico |
| <u>4</u> | Tema 3 |
| <u>5</u> | Tema 4 |
| <u>6</u> | Caso práctico |
| <u>7</u> | Tema 5 |
| <u>8</u> | Repaso y evaluación |

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase

METODOLOGÍA

- Clase magistral.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje on line.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS |
|-----------------------|-------|
| Lección magistral | 16 |
| Tutorías | 1 |
| Trabajo en equipo | 2 |
| Trabajo autónomo | 8 |
| Actividades prácticas | 4 |

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% exceptuando el trabajo autónomo del estudiante.

EVALUACIÓN

| CRITERIOS DE EVALUACIÓN | PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL |
|--|-------------------------------|
| Asistencia y participación activa | 10% |
| Resolución de casos o problemas individual o grupalmente | 40% |
| Pruebas de evaluación – teórico prácticas | 50% |

- Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 40% de la nota final.
- Participación activa: 10%

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final

Sistemas de evaluación

- Primera matrícula

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorarán de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el estudiante haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los estudiantes asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el estudiante no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

En primera matrícula los estudiantes deberán superar cada una de las partes evaluativas de la asignatura para que se haga media en el cálculo de la nota final de la asignatura.

- **Convocatoria ordinaria:**

La convocatoria ordinaria estará conformada por los elementos de evaluación reflejados en los sistemas de evaluación; cada uno de los cuales debe ser superado para proceder al cálculo de la nota de la asignatura.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Los estudiantes podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria. Se podrá acudir con aquellas partes de la evaluación que no superase en convocatoria ordinaria.

Si ha suspendido la parte de realización de trabajos deberá presentar nuevamente dichos trabajos que podrán ser o no los mismos según indique el docente.

Si la parte no superada es el examen deberá presentarse a un nuevo examen en su totalidad (teoría y/o práctica) según la estructura que posea el mismo y del que habrá sido informado el estudiante a inicios de la asignatura.

Dispensa académica:

Para aquellos estudiantes que hayan obtenido dispensa académica por causa justificada, se establecerá un sistema alternativo de evaluación siguiendo lo recogido en Normativa de Evaluación de la Universidad.

El sistema alternativo de evaluación estará conformado por los elementos del sistema de evaluación reflejado en esta guía docente. En el caso de dispensa, se sustituirá asistencia y/o participación por otra actividad formativa adecuada que permita alcanzar los resultados de aprendizaje previstos y obtener la calificación máxima de la asignatura siguiendo las indicaciones que establezca el docente al comienzo de la asignatura.

Segunda y siguientes matrícululas

Las segundas y siguientes matrículas poseerán una evaluación idéntica a la expuesta en primera matrícula en la que no tendrán en consideración las entregas de cursos anteriores ni notas de pruebas de evaluación de la matrícula anterior. A todos los efectos el estudiante debe volver a realizar y superar todas las partes reflejadas el sistema de evaluación reflejado en esta guía.

-Convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia:

En el caso de convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia se aplicará el sistema de evaluación de dispensa académica.

Si el estudiante no supera el examen de la asignatura, en actas aparecerá la calificación obtenida en la prueba.

Si el estudiante no se presenta al examen final en convocatoria oficial, figurará como “No presentado” en actas.

Información adicional

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

[Normativa | Universidad Atlántico Medio](#)

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

- 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 estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 estudiantes o fracción.

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

[Normativa-de-Evaluacion.pdf](#)

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

[Programa_atencion_diversidad.pdf](#)

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Apuntes del curso.

Complementaria

- Computación en la nube. Estrategias de cloud computing en las empresas. Luis Joyanes Aguilar.
- Save The Marketing — Cinco caminos a un marketing más ético: <https://savethemarketing.com/libro/>
- Vilma Núñez — Guía avanzada de estrategias de marketing en redes sociales (2024): <https://vilmanunez.com/estrategias-marketing-redes-sociales/>
- Claudio Inacio — Community Manager 2025: nuevas herramientas y tendencias: <https://claudioinacio.com/community-manager-2025/>
- Mabel Cajal — 250 herramientas actualizadas de Social Media Marketing (2024): <https://www.mabelcajal.com/ebook-gratis-herramientas-social-media-marketing/>
- HubSpot Academy (gratuito) — Guía de marketing en redes sociales 2025: <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-marketing-redes-sociales>
- Think with Google — Tendencias digitales 2025: datos, análisis y oportunidades: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/>
- Meta for Business — Playbook de anuncios responsables y sostenibles (2024)
- La guía del Community Manager: Estrategia, táctica y herramientas para la gestión de redes sociales – Manuel Moreno (2019)