



UNAM

UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO

# Guía Docente

Eventos en Redes Sociales

**Grado en Protocolo y Organización de Eventos**

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	GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
Asignatura	Eventos en Redes Sociales
Materia	Organización de eventos
Carácter	Obligatoria
Curso	Tercero
Semestre	1º
Créditos ECTS	3
Lengua de impartición	Español
Curso académico	2025-2026

## DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Wendy Cruz Vega
Correo Electrónico	wendy.cruz@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 DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

#### CB1

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

#### CB2

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

#### CB3

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

#### CB4

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

#### CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### Competencias generales:

#### CG2

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes referidos al protocolo y la organización de eventos para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

#### CG5

Capacidad de creatividad e innovación en el ámbito del protocolo y la organización de eventos

#### CG6

Saber analizar el contexto donde se desarrollan los eventos y las estrategias de comunicación corporativa

#### Competencias transversales:

No existen datos

#### Competencias específicas:

#### CE6

Saber utilizar las nuevas tecnologías y las herramientas informáticas que ayudan en la organización de los eventos, con especial atención a los elementos multimedia

#### CE8

Aplicar la metodología utilizada en la organización de eventos sirviéndose de las técnicas y herramientas disponibles

#### CE9

Conocer la relación entre las perspectivas económicas y sociales del protocolo y el turismo de reuniones

#### CE15

Conocer y saber aplicar las pautas de educación social, etiqueta e imagen personal dependiendo de la naturaleza de los eventos

#### CE16

Conocer los agentes implicados en el turismo de reuniones, así como las etapas de organización y aspectos de producción

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacidad para entender las diferentes tipologías en la organización de actos según su carácter, filosofía, objetivos y públicos.
- Capacidad para diseñar y ejecutar la puesta en escena de un evento de dificultar media.
- Capacidad para analizar con sentido crítico el ámbito en el que tienen lugar los eventos, así como, las estrategias de comunicación utilizadas para su difusión.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Herramientas de Administración de Redes Sociales
- Social Media Analytics.
- Herramientas para la analítica, monitorización y medición de la influencia en Redes

## Sociales.

- La gestión de las comunidades online.
- Reputación Online Corporativa y Social CRM.
- Plan de Social Media Marketing.
- Marketing de Búsqueda y Posicionamiento SEO, SEM y SMO.
- Las Redes Sociales como medios publicitarios.
- Social Commerce.

**Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:**

### **Tema 1. Social Media**

- 1.1 Introducción a Social Media y su evolución
- 1.2 Diferencia entre Social Media y Social Networks
- 1.3 Evolución de la Web
- 1.4 Medios tradicionales vs. Social Media
- 1.5 Social Media y la empresa: impacto en marketing y eventos
- 1.6 Seguridad y amenazas en la red
- 1.7 Social Media Analytics: métricas y herramientas

### **Tema 2. Gestión de Comunidades Online**

- 2.1 Introducción Profesionales y roles que participan en la gestión
- 2.2 Rol del Community Manager: funciones, tareas y relación con Social Media
- 2.3 Principales herramientas para gestión
- 2.4 Automatización y chatbots para eventos
- 2.5 Buenas prácticas de comunicación en tiempo real

### **Tema 3. Reputación Online Corporativa y Social CRM**

- 3.1 Introducción. Tipos de reputación online
- 3.2 Evaluación y monitoreo de reputación
- 3.3 Herramientas de gestión de crisis y reputación
- 3.4 Social CRM vs. CRM Tradicional
- 3.5 Evolución del usuario digital y tipos de consumidores
- 3.6 Manejo de crisis en eventos: simulaciones y protocolos

### **Tema 4. Plan de Social Media Marketing para eventos**

- 4.1 Introducción
- 4.2 Definición de objetivos SMART
- 4.3 Definición de audiencias y customer journey.
- 4.4 Estrategias de comunicación, marketing y publicidad
- 4.5 Elaboración de un Social Media Plan para un evento
- 4.6 Calendario editorial, presupuesto y medición de ROI

### **Tema 5. Redes Sociales y posicionamiento**

- 5.1 Análisis de redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, X, LinkedIn, YouTube, Twitch)
- 5.2 La publicidad en redes sociales

5.3 Marketing de influencers

5.4 Recomendaciones de uso para comunicación de eventos

5.5 Marketing de búsqueda y posicionamiento (SEO/SEM para eventos)

5.6 Tendencias 2025: IA, social commerce, formatos interactivos y gamificación

## CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

SEMANA	TEMA
1	Introducción al curso - Presentación del curso, objetivos y metodología. - Tema 1.1 y 1.2: Introducción a Social Media y su evolución. Diferencia entre Social Media y Social Networks.
2	Tema 1.3 y 1.4: Evolución de la Web. Medios tradicionales vs. Social Media.
3	Tema 1.5, 1.6 y 1.7: Social Media y la empresa. Seguridad y amenazas en la red. Social Media Analytics: métricas y herramientas.
4	Tema 2.1 y 2.2: Introducción: roles y funciones en la gestión de comunidades. Rol del Community Manager.
5	Tema 2.3, 2.4 y 2.5: Herramientas de gestión de comunidades, automatización y chatbots, comunicación en tiempo real.
6	Tema 3.1 y 3.2: Tipos de reputación online. Evaluación y monitoreo de reputación (social listening).
7	Tema 3.3, 3.4 y 3.5: Herramientas de gestión de crisis, Social CRM vs. CRM tradicional, evolución del usuario digital y tipos de consumidores.
8	Tema 3.6: Manejo de crisis en eventos: simulaciones y protocolos.
9	Tema 4.1 y 4.2: Introducción al Plan de Social Media Marketing. Definición de objetivos SMART.
10	Tema 4.3 y 4.4: Definición de audiencias, customer journey y embudo de conversión. Estrategias de comunicación y marketing.
11	Tema 4.5 y 4.6: Elaboración de un Social Media Plan para evento. Calendario editorial, presupuesto y medición de ROI.
12	Tema 5.1 y 5.2: Análisis de redes sociales. Publicidad en redes y segmentación.
13	Tema 5.3 y 5.4: Marketing de influencers y recomendaciones para comunicación de eventos.
14	Tema 5.5 y 5.6: Marketing de búsqueda (SEO/SEM) para eventos. Tendencias 2025: IA, social commerce, formatos interactivos y gamificación.
15	Proyecto Final: (presentación preliminar). Retroalimentación en clase.
16	Cierre y Presentaciones Finales: exposición de proyectos, análisis de resultados y conclusiones.

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

## METODOLOGÍA

- Método expositivo.
- Estudio individual
- Resolución de problemas
- Metodología por proyectos
- Tutoría presencial (individual y/o grupal)
- Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	36
Sesiones de trabajo práctico	50
Evaluación	6
Tutoría	4
Trabajo autónomo	50

*"Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del estudiante."*

## EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	30%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60%

La evaluación de la asignatura se llevará a cabo considerando de manera integral tres componentes: la parte teórica, la realización de trabajos y prácticas, y la asistencia y participación en clase. La parte teórica, con un valor del 60 % de la calificación final, consistirá en una prueba escrita teórico-práctica que incluirá preguntas tipo test, preguntas de desarrollo corto y ejercicios aplicados a casos prácticos de los bloques de estudio de la asignatura; las respuestas incorrectas en las preguntas tipo test no restarán puntos, pero sí afectarán el porcentaje de aciertos de esta sección, y se valorará tanto el conocimiento teórico como la capacidad de análisis y aplicación de los conceptos.

La segunda parte, con un peso del 30 %, comprenderá la entrega de los casos prácticos realizados durante el curso y/o un trabajo final sobre uno de los temas asignados por el profesor, que deberá ser presentado de manera limpia, ordenada y, en su caso, encuadernada, incluyendo nombre del alumno, nombre de la asignatura y curso correspondiente; en esta parte se tendrá especialmente en cuenta la ortografía, gramática, redacción y presentación, pudiendo descontar hasta un 10 % de la nota por errores significativos.

En último lugar, la evaluación se completa con la asistencia a clase del alumno con un peso del 10% de la nota final para los alumnos que asistan a todas las sesiones presenciales de la asignatura.

### Sistemas de evaluación

- 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 matrículas

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

- Redondo, M., Rojas, P., Rojas, R. A. (2013). *Cómo preparar un plan de social media marketing: en un mundo que ya es 2.0*. España: Gestión 2000.
- Zuccherino, S. (2021). *Social Media Marketing: La revolución de los negocios y la comunicación digital*. Argentina: Editorial Temas.
- Krasniak, M., Zimmerman, J., Ng, D. (2021). *Social Media Marketing All-in-One For Dummies*. Reino Unido: Wiley.
- Garfield, S. (2020). *Handbook of Community Management: A Guide to Leading Communities of Practice*. Alemania: De Gruyter.
- Alt, R., Reinhold, O. (2019). *Social Customer Relationship Management: Fundamentals, Applications, Technologies*. Alemania: Springer International Publishing.
- SanMiguel, P. (2020). *Influencer Marketing: Conecta tu marca con tu público*. España: LID Editorial Empresarial, S.L.
- Poston, L. (2012). *Social Media Metrics For Dummies*. Alemania: Wiley.

### Complementaria

- Ng, D. (2011). *Online Community Management For Dummies*. Reino Unido: Wiley.
- Lacy, K., Diamond, S., Ferrara, J. (2013). *Social CRM For Dummies*. Alemania: Wiley.
- Chandler, D., Munday, R. (2016). *A Dictionary of Social Media*. Reino Unido: OUP Oxford.

### Recursos Web

- **Hootsuite**
- **Metricool**
- **Canva**