



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

GESTIÓN DE REDES SOCIALES

**GRADO EN COMUNICACIÓN
PRESENCIAL**

CURSO ACADÉMICO 2021-2022

ÍNDICE

RESUMEN.....	3
DATOS DEL PROFESORADO	3
REQUISITOS PREVIOS.....	3
COMPETENCIAS	3
RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	4
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA.....	4
METODOLOGÍAS	7
ACTIVIDADES FORMATIVAS.....	7
SISTEMA DE EVALUACIÓN	7
BIBLIOGRAFÍA	8

RESUMEN

Centro	FACULTAD DE COMUNICACIÓN		
Titulación	GRADO EN COMUNICACIÓN		
Asignatura	Gestión de Redes Sociales	Código	F2C1G03036
Materia	Tecnologías, Herramientas y Estrategias Digitales		
Carácter	Obligatoria		
Curso	Tercero		
Semestre	1º		
Créditos ECTS	3		
Lengua de impartición	Español		
Curso académico	2021-2022		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Jezabel Artiles
Correo electrónico	jezabel.artiles@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	828.019.019
Tutorías	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

COMPETENCIAS

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:

CG1 - Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG4 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

CG6 - Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

Competencias transversales:

No existen datos

Competencias específicas:

CE14 - Conocimiento y capacidad para utilizar los recursos y posibilidades específicas de los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) en un formato multimedia y en nuevos soportes digitales.

CE16 - Capacidad de estructurar comunidades virtuales en los social media, utilizando las herramientas y tendencias en el tratamiento de personas y datos y programación de contenidos.

CE17 - Capacidad para redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional, considerando el nuevo público digital y adaptando los mensajes.

CE18 - Capacidad y habilidad para estructurar los contenidos audiovisuales de los productos digitales presentes en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Conocer la estructura empresarial del sector de la comunicación y la publicidad especialmente en el entorno on-line.

- Capacitación para el ejercicio de las funciones del Social Media Strategist y el Community Manager dentro del esquema comunicativo y de los atributos, normas y principios básicos del Marketing Digital (Redes Sociales, SEO, SEM, Analítica, Marketing de Contenido, Marketing Relacional, Buzz Marketing, Email Marketing, Afiliación...).

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:

Herramientas de Administración de Redes Sociales

- I. Introducción y objetivos
- II. Social Media: LA WEB 2.0
 - 1.1. Evolución de la web
 - 1.2. La web 3.0.
- IV. Medios tradicionales versus Social Media: el gran potencial
- V. Social Media, networking y empresa
 - 2.1. Diferencias entre redes profesionales y redes sociales online
- VIII. Resumen

La gestión de las comunidades online

- I. Introducción y objetivos
- II. Principios básicos del community managemet y Social Media
- III. Las funciones del community manager y del equipo Social Media. Responsabilidades y objetivos
- IV. Las herramientas de un community manager y el equipo Social Media: roles y habilidades
- VI. Externalizar la gestión de redes sociales, ¿sí o no?
- VII. NETIQUETA Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS

Reputación Online Corporativa y Social CRM

- I. Del usuario 1.0 al usuario 2.0
 - 1.1. Interactividad y proactividad: el nuevo papel del consumidor
- II. EL PROSUMER Y EL CROSSUMER
- III. La reputación online: ADN DE MARCA, LENGUAJE DE MARCA Y EJE TEMÁTICO
- IV. Gestión de crisis en RRSS
- V. Tipos de usuario: presencia y usos. Tipos de usuario en las crisis en medios sociales

El usuario troll
El usuario furioso
El usuario desinformado
El usuario insatisfecho
El usuario satisfecho

Plan de Social Media

I. Introducción y objetivos
II. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA: plan de Comunicación y plan de Marketing
IV. Elaboración de un Social Media Plan
V. ESTRATEGIAS SOCIAL MEDIA
5.1. Estrategias de marketing y comunicación
5.2. Estrategias de publicidad
VI. RESUMEN

Las Redes Sociales como medios publicitarios / la publicidad en las redes

- I. INTRODUCCIÓN: El entorno de la publicidad en las redes sociales. La publicidad en Facebook, Twitter e Instagram. Modelos de contratación
- II. Cómo conocer a tu cliente online: Qué es el buyer persona, criterios de segmentación, cómo crear contenidos que interesen a tu buyer persona, cómo identificar la intención de compra de tu cliente.
- III. El nuevo embudo de conversión: TOFU, MOFU y BOFU
- IV. Los principios de la influencia: marketing de influencers.

Gestión de redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y otras redes

- I. Uso de Facebook aplicado a la promoción de eventos y aplicado a la Comunicación. Recomendaciones y estadísticas
- II. Uso de Twitter aplicado a la promoción de eventos y aplicado a la Comunicación. Recomendaciones y estadísticas
- III. Uso de Instagram aplicado a la promoción de eventos y aplicado a la Comunicación. Recomendaciones y estadísticas
- IV. Otras redes: Youtube aplicado a eventos y Comunicación. LinkedIn: uso de la red social y recomendaciones. Tik Tok.

Social Media Analytics

- I. Introducción y objetivos: lo que no se mide no se puede mejorar
- II. Los indicadores del Social Media y el ROI, retorno de la inversión
- III. **Herramientas para la analítica, monitorización y medición de la influencia en Redes Sociales.**
 - Medición de estadísticas: cuadro de mandos
 - Herramientas y APPS

ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA
(MEMORIA VERIFICADA)

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral
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	37
Sesiones de trabajo práctico	9
Proyectos y trabajos	2
Tutoría y seguimiento	5
Evaluación	5
Trabajo autónomo del alumno	5
Prácticas	5
Talleres	82

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

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

SISTEMA DE EVALUACIÓN	% CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	40%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Sistemas de evaluación

- **Convocatoria ordinaria**

El sistema de evaluación ordinario comprenderá:

El examen final consistirá en un test de 20 preguntas, dos preguntas para desarrollar y un caso práctico y supondrá un 50% de la nota. El trabajo final consistirá en el desarrollo de un Social Media Plan aplicado a un medio de Comunicación, siguiendo las pautas que daremos en clase, supondrá un 40% de la nota. El 10% de la nota dependerá de la asistencia y participación activa.

- **Convocatoria extraordinaria y siguientes:**

El examen de la convocatoria extraordinaria consistirá en un test de 20 preguntas, dos preguntas para desarrollar y un caso práctico y supondrá un 50% de la nota. El trabajo final consistirá en el desarrollo de un Social Media Plan aplicado a un medio de Comunicación, siguiendo la temática que le dará la docente, supondrá un 40% de la nota. El 10% de la nota dependerá de la asistencia y participación activa.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final: a criterio del docente qué método de evaluación se seguirá para obtener la misma.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

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

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

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 y en cada una de las actividades/tareas/trabajo final que se realicen durante el curso. Si el alumno no supera con una nota mínima de 5 un trabajo/tarea se le asignará otro trabajo nuevo, debiendo superar también este trabajo con una nota mínima de 5. Si un alumno no entrega alguna/s de las tareas/trabajos planificados en el curso deberá acudir a la convocatoria extraordinaria, entendiéndose no superada la parte de realización de trabajos y prácticas de la asignatura en convocatoria ordinaria.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente. Si el alumno no tiene en cuenta lo indicado con anterioridad en este párrafo el trabajo presentado se considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el software del turnitin para detectar plagio. Si el porcentaje de coincidencia es superior al 20% se comunicará al alumno. En este caso se tomará en consideración lo indicado en la Guía del Alumno relativo al plagio.

Las penalizaciones por plagio podrán ser:

- Minoración de la nota final del trabajo en un porcentaje que será decidido por los miembros del Tribunal;
- Suspenseo del trabajo;
- Suspenseo de la asignatura;

En el caso de incurrir en más de dos plagios en un mismo curso, repetición del curso académico completo o expulsión de la Universidad.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente en el siguiente curso, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles.

METODOLOGÍA

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

Desarrollo de la asignatura:

La asignatura se desarrollará telemáticamente debido a la imposibilidad de hacerlo presencialmente. Para ello se hará uso del campus virtual de la universidad y las herramientas que este proporciona: espacio para colgar contenidos para los alumnos, clases online planificadas con antelación y comunicadas a los alumnos a través del campus, foros y blogs para realizar debates y aclaración de dudas, espacio para planificar las tareas a los alumnos y que estos las suban en tiempo y forma, tablón del docente para comunicar a los alumnos las tareas, clases online, foros y cualquier información importante que considere el/la docente. Los contenidos de la asignatura se impartirán con los medios indicados para cumplir lo especificado en esta guía y en la memoria del grado.

Aparte de lo indicado anteriormente los/las docentes y alumnos/as al disponer de un correo institucional de Office 365 tienen la posibilidad de utilizar la aplicación “Microsoft Teams”, que mejorará también el apoyo a la actividad docente en modo remoto.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	37
Sesiones de trabajo práctico	9
Proyectos y trabajos	2
Tutoría y seguimiento	5
Evaluación	5
Trabajo autónomo del alumno	82
Prácticas	5
Talleres	5

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

SISTEMA DE EVALUACIÓN	% CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	40%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Evaluación:

La evaluación se realizará a través del campus virtual, en modalidad online. Para ello los docentes disponen del espacio “test” en el campus virtual de cada asignatura. Estos test podrán incluir preguntas de diverso tipo (test, cortas, ...) permitiendo al docente adaptar el examen teórico-práctico de su asignatura a esta opción. Cada test permite valorar individualmente la puntuación de cada pregunta, modificándola posteriormente según la respuesta del alumno/a. Una vez corregido y valorado cada test, se comunica al alumno vía campus virtual la nota obtenida en el mismo.

Los demás ítems de la evaluación permanecen igual. Lo único que cambia es la realización del examen presencial, que pasará a realizarse vía online. La entrega de trabajos se realizará a través del campus virtual, en las tareas habilitadas para ello por el docente. Si el trabajo incluye la presentación del mismo, el alumno podrá elaborar un vídeo de su presentación y enviarla al docente o realizarla de forma grupal utilizando el campus virtual o la herramienta TEAMS. Estos criterios quedarán a elección del docente. Todos los trabajos y prácticas se entregarán a través del campus virtual, siendo evaluados y dando feedback al alumno desde la plataforma.

La asistencia y participación se evaluará teniendo en cuenta la asistencia y participación de los alumnos a las clases online. Las clases telemáticas se impartirán en el mismo horario en el que se celebraban las clases presenciales.

Tutorías:

Las tutorías se realizarán en modalidad telemática a través del campus virtual. Para ello en el apartado de “Clases on line” se permite elegir entre las opciones “clase”, “tutoría individual” o “tutoría grupal”. Las tutorías se pueden llevar a cabo también a través de los chats y foros proporcionados por el campus virtual.

Sistemas de evaluación

- **Convocatoria ordinaria**

El sistema de evaluación ordinario comprenderá:

El examen final consistirá en un test a través del campus virtual de 20 preguntas, dos preguntas para desarrollar y supondrá un 50% de la nota. El trabajo final consistirá en el desarrollo de un Social Media Plan aplicado a un medio de Comunicación, siguiendo las pautas que daremos en clase, supondrá un 40% de la nota. El 10% de la nota dependerá de la asistencia y participación activa en los chats y en el foro de la asignatura en el campus virtual.

- **Convocatoria extraordinaria y siguientes**

El examen de la convocatoria extraordinaria consistirá en un test de 20 preguntas, dos preguntas para desarrollar y supondrá un 50% de la nota. El trabajo final consistirá en el desarrollo de un Social Media Plan aplicado a un medio de Comunicación, siguiendo la temática que le dará la docente, supondrá un 40% de la nota. El 10% de la nota dependerá de la asistencia y participación activa en los chats y en el foro de la asignatura en el campus virtual.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final: a criterio del docente qué método de evaluación se seguirá para obtener la misma.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

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

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

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 y en cada una de las actividades/tareas/trabajo final que se realicen durante el curso. Si el alumno no supera con una nota mínima de 5 un trabajo/tarea se le asignará otro trabajo nuevo, debiendo superar también

este trabajo con una nota mínima de 5. Si un alumno no entrega alguna/s de las tareas/trabajos planificados en el curso deberá acudir a la convocatoria extraordinaria, entendiéndose no superada la parte de realización de trabajos y prácticas de la asignatura en convocatoria ordinaria.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente. Si el alumno no tiene en cuenta lo indicado con anterioridad en este párrafo el trabajo presentado se considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el software del turnitin para detectar plagio. Si el porcentaje de coincidencia es superior al 20% se comunicará al alumno. En este caso se tomará en consideración lo indicado en la Guía del Alumno relativo al plagio.

Las penalizaciones por plagio podrán ser:

- Minoración de la nota final del trabajo en un porcentaje que será decidido por los miembros del Tribunal;
- Suspenso del trabajo;
- Suspenso de la asignatura;

En el caso de incurrir en más de dos plagios en un mismo curso, repetición del curso académico completo o expulsión de la Universidad.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente en el siguiente curso, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles.

BIBLIOGRAFÍA

- **Básica**

- BELTRÁN LÓPEZ, G. Geolocalización y redes sociales. Bubok Publishing (<http://goo.gl/d2V1WP>).
- CASTILLO HOLGADO, M. y FERNÁNDEZ IGLESIAS, R.M. Diario de una pyme en Internet. Fundación COTEC, 2014.
- CORTÉS RICART, M. Nanoblogging: Los usos de las nuevas plataformas de comunicación en la red. Editorial UOC, 2009.
- GALLEGO, J. A. Comunidades virtuales y redes sociales. Ed. Wolters Kluwer, 2012.
- GARCÍA BLANCO, M. SUEIRO, R. Cómo conseguir 10.000 seguidores en Twitter. ESIC Editorial, 2014.
- IBÁÑEZ SAN MILLÁN, M.D. Redes sociales para PYMES. Introducción al Community Management. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2014.
- MORENO MOLINA, M. El gran libro del community manager. Grupo Planeta Spain 2014.
- NIETO TORIO, J. Emprender en internet. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2014
- ROCA, J. Revolución LinkedIn. Editorial Paidós, 2009.
- RUSK, S. Social Media Sucks! Advantage Media Group, 2014.

- **Complementaria**

- STALMAN, A. Brandoffon: el branding del futuro. Gestión 2000, 2014.
- VV. AA. Marketing online: del marketing tradicional al e-marketing. Grupo Planeta Spain, 2014.
- VV. AA. Puesta en marcha del Plan de Social Media (SMO). Grupo Planeta Spain, 2014.
- VV. AA. SMO o cómo maximizar las visitas. Grupo Planeta Spain, 2014.
- VV. AA. Web 2.0, un cambio de mentalidad en la comunicación online. Grupo Planeta Spain, 2014.

- **Recursos web:**

ESTUDIO COMPLETO INFLUENCER MARKETING - ESPAÑA. 2018
<https://www.youtube.com/watch?v=SIXS8-pujqw>

Episodios de Black Mirror

RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

- a. [La asistencia a clase](#) es fundamental. Si el alumno se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
- b. [Las clases comienzan y terminan](#) a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y al docente, no está permitida la entrada de ningún alumno. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.
- c. [Está prohibido](#) comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
- d. [Está terminantemente prohibido](#) hacer uso del teléfono móvil con fines personales.
- e. [Honestidad académica](#). El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decano de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar “sin mala intención”. Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El ‘olvido’ de una referencia será considerado plagio.
- f. [Integridad Académica](#). La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.
- g. [Faltas de ortografía](#). En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.