PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2017-2018

Identificación y características de la asignatura			
Código	401806	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Community manager y otros perfiles profesionales y medios sociales en la Administración electrónica		
Denominación (inglés)	Community manager and other professional profiles and social media in e-Government		
Titulaciones	Máster Universitario en Gestión de la información en redes sociales y de los productos digitales en internet		
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación		
Semestre	Primero	Carácter	Obligatorio
Módulo	Medios sociales		
Materia	Redes sociales y Administración electrónica		

Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Antonio Muñoz Cañavate	42	amuncan@unex.es	
Área de conocimiento	Biblioteconomía y Documentación		
Departamento	Información y Comunicación		
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Antonio Muñoz Cañavate		

Competencias (tipo, código y competencia)*

COMPETENCIAS BÁSICAS

1. CB7 – Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
2. CB8 – Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
3. CB9 – Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
4. CB10 – Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

1. CG1 – Conocer, gestionar y hacer un uso responsable de las redes sociales como herramientas de comunicación en línea que permiten a los usuarios crear contenidos usando las tecnologías web.

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

1. CT1 – Saber presentar y comunicar públicamente, de manera lógica y ordenada, ideas, problemas y soluciones, tanto de forma oral como escrita.
2. CT2 – Utilizar las tecnologías de la información como herramienta de trabajo intelectual y como elemento esencial para crear productos, informarse, aprender y comunicarse.
3. CT3 – Conocer la terminología especializada para el desarrollo de la actividad profesional relacionada con la creación de productos digitales y las redes sociales.
4. CT4 – Adquirir los conocimientos metodológicos necesarios para afrontar los retos profesionales de una forma ética y rigurosa.
5. CT5 – Aprender y usar habilidades sociales e interpersonales en las relaciones con otras personas para poder trabajar en grupos multidisciplinares e interculturales.
6. CT6 – Garantizar que el trabajo profesional especializado que desempeñe en el entorno de la creación de productos digitales y las redes sociales contemple los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. CE1 – Conocer el entorno que favorece el desarrollo de las redes sociales, profundizando en la comprensión de la web 2.0 o web social y la Web 3.0 o web semántica.
2. CE3 – Desarrollar habilidades de *community manager* y otros perfiles profesionales para la gestión de la información y de las comunicaciones.
3. CE4 – Conocer y analizar la repercusión de las redes sociales en el ámbito de la administración pública y en el ámbito político.

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido*

Redes sociales y perfiles profesionales. Funciones del *community manager*. El día a día del *community manager*. Herramientas de gestión. Gestión de la comunidad. La gestión de crisis. Gestión de la reputación *on line*. El *community manager* y su equipo de trabajo.

Administración pública y nueva gestión pública. Servicios de información, comunicación y transacción en el sector público. Legislación de la Administración. Administración electrónica. Redes sociales en el ámbito Administrativo y en el ámbito político.

Temario de la asignatura

Tema 1. La Red y las nuevas profesiones
Contenidos del tema 1: Revolución digital y nuevas profesiones.

Tema 2. El Gestor de Comunidades o Community Manager
Contenidos del tema 2: Funciones del Community Manager. Herramientas de gestión
Gestión de la reputación online.

Tema 3. Introducción a la administración electrónica y a la nueva gestión publica.
Contenidos del tema 3: Los orígenes y breve descripción conceptual de la Administración electrónica. La Nueva Gestión Pública. El Modelo de Allison. La Administración electrónica: ahorro de tiempo y dinero. Los procesos de la Administración electrónica implican la realización de trámites diversos, transparencia informativa y mejora de los procesos de comunicación. La legislación en España.

Tema 4. La autenticación de ciudadanos y empresas
Contenidos del tema 4: ¿Cómo sabe la Administración que una persona es quien dice ser?

Tema 5. Fases y servicios de la Administración Electrónica.
Contenidos del tema 5: Las fases y los servicios en la Administración electrónica. La Administración Pública como gestora de información. Situación de España y Administración electrónica. El lugar de España en el mundo. Uso de los servicios de información por parte de los ciudadanos y las empresas: comparativa europea.

Tema 6. La e-democracia y el acceso de los ciudadanos a la información
Contenidos del tema 6: Las formas de participación. Medios sociales en el ámbito administrativo. Medios sociales en el ámbito político.

Actividades formativas*

Horas de trabajo del alumno por tema		Actividades de docencia virtual						Trabajo del alumno
Tema	**Total**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**EP** *(Estudio Personal)*
1	25	2	3	2		3		15
2	25	2	3	2		3		15
3	25	2	3	2		3		15
4	25	2	3	2		3		15
5	25	2	3	2		3		15
6	25	2	3	2		3		15
Evaluación del conjunto	**150 horas**	**60 horas**						**90 horas**

1. Webquest (búsqueda de recursos en la web)
2. Elaboración de documentos escritos, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, así como su evaluación.
3. Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo)
4. Diseño, elaboración y evaluación de materiales digitales multimedia en diferentes soportes.
5. Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.
6. Elaboración y presentación pública del trabajo fin de máster.

Metodologías docentes*

1. Métodos de enseñanza-aprendizaje colaborativos.
2. Método expositivo apoyado en materiales digitales interactivos y audiovisuales
3. Orientación y tutoría individual y grupal.
4. Aprendizaje basado en investigación (ABI) aplicado a la profesión en procesos de gestión, producción y difusión.

Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el estudio de esta materia el alumno podrá:

- Conocer perfiles profesionales: funciones del *community manager.*
- Gestionar una comunidad
- Conocer las redes sociales e internet en el ámbito administrativo y político.

Sistemas de evaluación*

Sistema de evaluación	Tipología de actividades	Ponderación
Evaluación Continua (60%)	Webquest (búsqueda de recursos en la web).	10%
	Elaboración de documento escrito, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, cuestionarios.	20%
	Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo).	10%
	Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.	20%
Evaluación Final (40%)	1. Examen escrito: prueba objetiva y/o de desarrollo	40%

Observaciones

La evaluación consistirá en la superación de un examen de los conocimientos teóricos adquiridos, dicho examen consistirá en una prueba de desarrollo escrito, de preguntas cortas. Para la valoración final de la prueba se determinará previamente el valor de cada pregunta.

En todo caso el examen deberá aprobarse para superar la asignatura.

En cuanto al sistema de calificación en las actividades prácticas, se atenderá a la participación y el resultado de la resolución de problemas planteados a los alumnos en las actividades prácticas de la asignatura y, en su caso, podrá realizarse un examen práctico.

La calificación es la suma de la evaluación continua y la evaluación final atendiendo a los siguientes criterios.

- **Examen final** consiste en la realización de una o varias pruebas escritas cuyo valor debe ser igual al 40% de la evaluación.

- **Evaluación continua** es la media ponderada de la calificación obtenida en los trabajos y tareas estipuladas en cada asignatura, siendo el total igual al 60% de la evaluación

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 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 alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

- **Nota importante al final.**

Bibliografía (básica y complementaria)

BÁSICA

- ALLOZA LOSANA, Ángel. La evolución de la gestión de los intangibles en España. *Harvard Deusto Business Review*, 2012, n. 217, p. 26-39.

- BRUGUÉ, Quim y SUBIRATS, Joan. *Lecturas de Gestión Pública (Selección de textos)*. Madrid: Ministerio de Administraciones Públicas, 1997.

- CRIADO, J. Ignacio y ROJAS MARTÍN, Francisco (eds.). *Casos de éxito de las administraciones públicas*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2015.

- Guía INKS. *Guía de las nuevas profesiones*. Infoempleo y KSchool, 2012.

- Guía INKS. *Internet. Sus profesiones y sus profesionales*. Infoempleo y KSchool, 2015.

- MORENO, Manuel. *El gran libro del community manager: técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales*. Barcelona: Gestión 2000, 2014

COMPLEMENTARIA

- BORGE BRAVO, Rosa. La participación electrónica: estado de la cuestión y aproximación a su clasificación. Revista de Internet, Derecho y Política, 2005.

- CERRILLO MARTÍNEZ, Agustín. E-información: hacia una nueva regulación del acceso a la información. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 2005.

- GIL-GARCÍA, J.R. y MARTÍNEZ-MOYANO, I.J. (2007). Understanding the evolution of e-government: The influence of systems of rules on public sector dynamics. *Government Information Quarterly*, 24 (2), 266-290.

- HOFFMAN, Donna L. y FODOR, Marek. ¿Puede medir el rendimiento de sus acciones de marketing en medios sociales?. *Harvard Deusto Business Review*, 2011, n. 197, p. 58-70.

- JOHAR, Gita V., BIRK, Matthias M. & EINWILLER, Sabine A. Cómo salvar una marca ante una crisis de reputación. *Harvard Deusto Business Review*, 2010, n. 194, p. 65-76.

- LLOPIS SANCHO, Emilio. El rol del CEO en la estrategia de marca. *Harvard Deusto Business Review*, 2016, n. 253, p. 6-20.

- LÓPEZ JIMÉNEZ, David Y MARTÍNEZ LÓPEZ, Maríal. La reputación on-line: qué dice Internet sobre nuestra empresa. *Harvard Deusto Business Review*, 2011, n.207, p. 74-79.

- LÓPEZ, V. Escucha comercial activa: el coste de no actuar en las redes sociales. *Harvard Deusto Business Review*, 2011, n. 205, p. 70-79.

- MUÑOZ CAÑAVATE, Antonio e HIPOLA RUIZ, Pedro. Electronic Administration in Spain: From its beginnings to the present. *Government Information Quarterly*, 2011, vol. 28 (1), p. 74-90.

- MUÑOZ CAÑAVATE, Antonio y CHAÍN NAVARRO, Celia. *La Administración local española en Internet (1997-2002)*. Murcia: Servicio de Publicaciones de la UMU, 2012.

- SANCHO, José Luis y DE MIGUEL, Pilar. Plataformas digitales integradas: ¿por qué los "mejores de su clase" no son realmente los mejores? *Harvard Deusto Business Review*, 2010, n. 195, p. 4-16.

- SANCHO, José Luis y DE MIGUEL, Pilar. Unirse a la conversación: integrar las redes sociales en la estrategia y las operaciones. *Harvard Deusto Business Review*, 2011, n. 202, p. 36-41.

- TRIPP, Thomas M. & GRÉGOIRE, Yany. Cuando los clientes descontentos contraatacan en Internet. *Harvard Deusto Business Review*, 2012, n. 208, p. 40-51.
- YUSTE, José Luis. ¿Cómo satisfacer al exigente ciberconsumidor? *Harvard Deusto Business Review*, 2012, n. 218, p. 74-80.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

- Boletín Oficial del Estado. Base de datos de Legislación. http://www.boe.es

Horario de tutorías

El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la Universidad y puede ser consultado en la página web de la Facultad.

Recomendaciones

Se recomienda la realización de los trabajos y de las lecturas que se corresponden con cada semana

- ***En las convocatorias, habrá una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura.***