

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2026/2027

Identificación y características de la asignatura					
Código	401806				
Denominación (español)	Community manager y otros perfiles profesionales y medios sociales en la Administración Pública				
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				
Módulo	Medios sociales				
Materia	Redes sociales y Administración electrónica				
Carácter	Obligatorio	ECTS	6	Semestre	1º
Profesorado					
Nombre		Despacho		Correo-e	
Antonio Muñoz Cañavate		42		amuncan@unex.es	
Área de conocimiento	Biblioteconomía y Documentación				
Departamento	Información y Comunicación				
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)					
Competencias / Resultados de aprendizaje					
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.					
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.

Contenidos

Descripción general 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

Denominación del tema 1: La Red y las nuevas profesiones

Contenidos del tema 1: Los medios sociales y la figura del gestor de comunidades.

Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Comentario en foros; análisis de contenido de documentos y/o vídeos

Denominación del tema 2: El Gestor de Comunidades o Community Manager

Contenidos del tema 2: Funciones del Community Manager. Herramientas de gestión

Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Comentario en foros; desarrollo de caso práctico; análisis de contenido de documentos y/o vídeos

Denominación del tema 3: Introducción a la administración electrónica y a la nueva gestión pública.

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.

Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Comentario en foros; desarrollo de caso práctico; análisis de contenido de documentos y/o vídeos

Denominación del tema 4: La autenticación de ciudadanos y empresas

Contenidos del tema 4: ¿Cómo sabe la Administración que una persona es quien dice ser?

Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Comentario en foros; desarrollo de caso práctico; análisis de contenido de documentos y/o vídeos

Denominación del 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.

Descripción de las actividades prácticas del tema 5: Comentario en foros; desarrollo de caso práctico; búsqueda bibliográfica en bases de datos

Denominación del 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.

Descripción de las actividades prácticas del tema 6: Comentario en foros; desarrollo de caso práctico; análisis de contenido de documentos y/o vídeos; búsqueda bibliográfica en bases de datos

Actividades formativas

TEMA	TOTAL	Actividades Presenciales (AP)					Actividades Virtuales (AV)				TP	TA
		GG	CH	L	O	S	CST	CSP	CAT	CAP		
1	25								5	5		15
2	25								5	5		15
3	25								5	5		15
4	25								5	5		15
5	25								5	5		15
6	24								5	5		14
Evaluación	1											1
Totales	150								30	30		90
		% Presencialidad					% Virtualidad					

Actividades Presenciales (AP)

Actividades que se desarrollan en un único espacio físico y que implican interacción física entre estudiante y docente:

- GG: Grupo Grande (85 estudiantes).
- CH: Actividades de prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)
- L: Actividades de laboratorio o prácticas de campo (15 estudiantes)
- O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)
- S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes).

Actividades Virtuales (AV)

Actividades que no se desarrollan en un espacio físico común. Pueden ser síncronas (implican interacción estudiante / docente) o asíncronas:

- CST: Clase síncrona teórica.
- CSP: Clase síncrona práctica.
- CAT: Clase asíncrona teórica.
- CAP: Clase asíncrona práctica.

- TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tutorías ECTS).

– TA: Trabajo autónomo del estudiante.

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.

Sistemas de evaluación

Se establecen dos modalidades de evaluación:

a) Modalidad de evaluación continua con tareas y examen que se especifican en el siguiente cuadro

Sistema de evaluación	Tipología de actividades	Ponderación
Evaluación Continua (60%)	Elaboración de documento escrito, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, cuestionarios.	50%
	Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo).	10%
Evaluación Final (40%)	1. Examen escrito: prueba objetiva y/o de desarrollo	40%

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

Las actividades de evaluación continua no son recuperables.

b) Modalidad de evaluación global.

Se realizará un examen sobre el 100% de la asignatura, que incluirán los temas teóricos preparados por el profesor, el material de las prácticas (de la modalidad de evaluación continua), incluyendo los vídeos documentales, las lecturas complementarias, y las búsquedas de bases de datos y sitios web.

El plazo de elección de la modalidad se realizará durante el primer cuarto del cuatrimestre (según el artículo 4.5 de la normativa vigente). La elección se realizará a través de la plataforma del Campus Virtual.

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.

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía Básica

Alloza Losana, Á. (2012). La evolución de la gestión de los intangibles en España. *Harvard*

Deusto Business Review, (217), 26–39.

Brugué, Q., & Subirats, J. (1997). *Lecturas de gestión pública (Selección de textos)*. Ministerio de Administraciones Públicas.

Criado, J. I., & Rojas Martín, F. (Eds.). (2015). *Casos de éxito de las administraciones públicas*. Escola d'Administració Pública de Catalunya.

Guía INKS. (2012). *Guía de las nuevas profesiones*. Infoempleo y KSchool.

Guía INKS. (2015). *Internet: Sus profesiones y sus profesionales*. Infoempleo y KSchool.

Moreno, M. (2014). *El gran libro del community manager: Técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales*. Gestión 2000.

Bibliografía Complementaria

Borge Bravo, R. (2005). La participación electrónica: Estado de la cuestión y aproximación a su clasificación. *Revista de Internet, Derecho y Política*.

Cerrillo Martínez, A. (2005). E-información: Hacia una nueva regulación del acceso a la información. *Revista de Internet, Derecho y Política*.

Gil-García, J. R., & 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, D. L., & Fodor, M. (2011). ¿Puede medir el rendimiento de sus acciones de marketing en medios sociales? *Harvard Deusto Business Review*, (197), 58–70.

Johar, G. V., Birk, M. M., & Einwiller, S. A. (2010). Cómo salvar una marca ante una crisis de reputación. *Harvard Deusto Business Review*, (194), 65–76.

Llopis Sancho, E. (2016). El rol del CEO en la estrategia de marca. *Harvard Deusto Business Review*, (253), 6–20.

López Jiménez, D., & Martínez López, M. (2011). La reputación on-line: Qué dice Internet sobre nuestra empresa. *Harvard Deusto Business Review*, (207), 74–79.

López, V. (2011). Escucha comercial activa: El coste de no actuar en las redes sociales. *Harvard Deusto Business Review*, (205), 70–79.

Muñoz Cañavate, A., & Hipola Ruiz, P. (2011). Electronic administration in Spain: From its beginnings to the present. *Government Information Quarterly*, 28(1), 74–90.

Muñoz Cañavate, A., & Chaín Navarro, C. (2012). *La administración local española en Internet*

(1997–2002). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.

Sancho, J. L., & De Miguel, P. (2010). Plataformas digitales integradas: ¿Por qué los “mejores de su clase” no son realmente los mejores? *Harvard Deusto Business Review*, (195), 4–16.

Sancho, J. L., & De Miguel, P. (2011). Unirse a la conversación: Integrar las redes sociales en la estrategia y las operaciones. *Harvard Deusto Business Review*, (202), 36–41.

Tripp, T. M., & Grégoire, Y. (2012). Cuando los clientes descontentos contraatacan en Internet. *Harvard Deusto Business Review*, (208), 40–51.

Yuste, J. L. (2012). ¿Cómo satisfacer al exigente ciberconsumidor? *Harvard Deusto Business Review*, (218), 74–80.

Otros recursos y materiales docentes complementarios