



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Perfiles profesionales en redes sociales

Asignatura	Perfiles profesionales en redes sociales			
Código	P04G071V01411			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	comunisfera@gmail.com			
Web				
Descripción	Definición de una marca profesional, comunicada y gestionada en redes sociales hasta la defensa de general proyectos con perspectivas (memoria de grado 2020, página 133)			

## Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
C19	Gestionar con eficacia la comunicación en las redes sociales.
C23	Analizar e implementar estrategias de marketing para el desarrollo, distribución y consumo de productos audiovisuales y multimedia orientados al mercado.
D4	Adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales

## Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Publicación y gestión de comunicaciones para construir una marca profesional personal en weblog y/o redes sociales	A4
Definir estrategias comunicativas adecuadas a un proyecto profesional personal con las tácticas más ajustadas a los objetivos y plataformas digitales en las que se desarrolla	C23
Desarrollar una gestión eficiente de la comunicación en redes sociales consiguiendo los objetivos pretendidos siguiendo indicadores analíticos especificados en un plan de comunicación	C19
Dar cuenta de la innovación y de la actualidad tecnológica relacionada con la especialidad profesional	D4

## Contenidos

Tema	
Diseño, construcción y comunicación de una marca profesional en plataformas digitales y redes sociales	Definir la propia identidad profesional desde la experiencia, las preferencias, los servicios sociales y las demandas profesionales mas destacadas.  Seleccionar actividades y trabajos que muestren las competencias personales en una especialidad comunicativa  Especificar proyectos y posibilidades

Dirección de contenidos profesionales especializados	<p>Seleccionar y documentar referencias profesionales relevantes en el momento profesional actual</p> <p>Exponer contenidos profesionales relevantes y de actualidad</p> <p>Mantener la frecuencia de un discurso profesional coherente, actualizado, relevante e interesante</p>
Comunicación especializada bien reconocida	<p>Opinar, participar en o criticar proyectos cooperativos del sector</p> <p>Reconocer y criticar la competencia profesional de otros colegas en el sector</p> <p>Obtener reconocimiento y recomendaciones de profesionales reputadas</p>

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Portafolio/dossier	23	38	61
Estudio de casos	23	38	61
Portafolio/dossier	1	8	9
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	8	10
Presentación	1	8	9

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Portafolio/dossier	publicación y gestión semanal de perfil en redes sociales
Estudio de casos	documentación y análisis de la actualidad y perspectivas del sector profesional

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Portafolio/dossier	Diseño, construcción y mantenimiento de un perfil profesional en línea
Estudio de casos	Detección, análisis y soluciones para casos profesionales relevantes en el sector
Pruebas	Descripción
Presentación	Ejercicio de propuesta y defensa de un perfil profesional viable

### Evaluación

Descripción	Calificación Resultados de Formación y Aprendizaje			
	Calificación	Resultados de Formación	Aprendizaje	
Portafolio/dossier exposición y gestión de la marca profesional en redes sociales	40	A4	C19	D4
Estudio de casos análisis y participación cooperativa en soluciones para casos problemáticos en el sector	40		C19	D4
Presentación comunicación y defensa de una marca profesional viable	20	A4	C23	D4

### Otros comentarios sobre la Evaluación

PRIMERA CONVOCATORIA

EVALUACIÓN CONTÍNUA

Diseño y construcción de una identidad de marca así como gestión de su comunicación en redes sociales

Selección y curación de contenidos, con soluciones profesionales y críticas sobre el sector de comunicación

Documentación y resolución de casos recientes con problemas de comunicación

Exposición y defensa de una marca profesional viable con sus expectativas a medio plazo

EVALUACIÓN GLOBAL

Presentación en la fecha aprobada oficial de las comunicaciones en redes sociales y de un caso práctico documentado y resuelto como requisitos previos.

Ejercicio de conocimiento de la materia (40%), capacidad de resolución de problemas de comunicación en negocios (40%) y

presentación de un proyecto personal de marca con expectativas de viabilidad (20%).

## SEGUNDA CONVOCATORIA

Presentación en la fecha aprobada oficial de las comunicaciones en redes sociales y de un caso práctico documentado y resuelto como requisitos previos.

Ejercicio de conocimiento de la materia (40%), capacidad de resolución de problemas de comunicación en negocios (40%) y presentación de un proyecto personal de marca con expectativas de viabilidad (20%).

---

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Collado Durán, Eva, **Marca eres tú : cómo mejorar tu futuro profesional a través de tu marca personal**, 978-84-942576-9-8, Rasche, 2015

Pérez Ortega, Andrés, **marca personal para dummies**, 9788432903557, Centro Libros PAPF, 2017

#### Bibliografía Complementaria

Miles, Jason, **El poder de Instagram : construye tu marca y llega a más clientes a través de la influencia visual**, 978-607-15-1451-6, McGraw-Hill Interamericana, 2021

Kerpen, Dave, **Me gusta : redes sociales : cómo encantar a tus clientes y crear una marca atractiva para las redes sociales**, 978-607-15-1486-8, McGraw-Hill Interamericana, 2021

Fernández Gómez, Jorge David, **Branding de comunidades : marcas y colectivos de consumo**, 9788491807148, UOC, 2020

Deckers, Erik, **Branding personal : cómo usar las redes sociales para promocionarte**, 978-84-415-3298-4, Anaya Multimedia, 2013

Sampson, Eleri, **Construya su marca personal**, 84-9784-065-8, Gedisa, 2005

---

### Recomendaciones