

Redes sociales y profesionales en la empresa

Ismael Peña-López

Mercè Guillén Solà

25 horas

Ismael Peña-López

Doctor en Sociedad de la Información y el Conocimiento (IN3-UOC). Máster en Ecoauditorías y gestión empresarial del medio ambiente (IIE). Técnico de gestión del conocimiento. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (UAB). Profesor de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC

Mercè Guillén Solà

Licenciada en Comunicación Audiovisual (UPF). Máster en Diseño de aplicaciones multimedia (UPC). Técnica de información y comunicación digital en la Universitat Oberta de Catalunya

Índice

Presentación.....	4
Objetivos.....	5
Competencias.....	7
Contenidos.....	8
Metodología.....	10
Planificación del aprendizaje.....	12
Actividades.....	14
Evaluación.....	15
Herramientas disponibles en el aula.....	17
Bibliografía.....	19

Presentación

Cuando el público en general tuvo acceso a Internet –fuera de las administraciones gubernamentales y los centros de investigación–, los ciudadanos se dieron cuenta de que, más allá de unos pocos espacios participativos, para poder estar en Internet había que saber programar y tener acceso a grandes infraestructuras tecnológicas. La evolución de algunos servicios y, sobre todo, una determinada manera de pensar, hizo que esta Web monolítica y unidireccional se convirtiera en una Web donde todo el mundo podría participar, crear contenido, compartirlo con los demás. Era lo que se ha acabado denominando Web 2.0.

La Web 2.0 ha sido un revulsivo total en las relaciones humanas, tanto las que tienen lugar en el ámbito personal como las que se dan entre y con la Administración pública y entre y con las empresas. Toda aquella tarea donde hay involucradas personas y conocimientos se ha visto revolucionada por la Web 2.0 y, sobre todo, por la combinación de varios servicios web en una única plataforma: las redes sociales.

Este curso quiere acercar el fenómeno de las redes sociales al ámbito de la empresa. Quiere hacerlo, no obstante, sin entusiasmos ni aspavientos: las redes sociales, como cualquier otra herramienta, son instrumentos poderosos si hay objetivos muy definidos, estrategias bien orientadas y, sobre todo, si las herramientas que tenemos a nuestro alcance van en línea con los objetivos y las estrategias. En caso contrario, el potencial puede acabar volviéndose en contra y hacer imposible recuperar las inversiones de tiempo y recursos que hemos hecho.

Antes de nada, el curso hará una breve explicación de lo que es la Web 2.0, tanto desde el punto de vista tecnológico como filosófico. Se entrará después en un cambio de actitud que va de buscar la información y las personas que nos interesan a hacer que eso suceda, si no de forma pasiva, sí más automática. A continuación, se abordarán algunas de las redes sociales más utilizadas actualmente en el ámbito de la empresa, sus características y su potencial. Por último, se hará una reflexión sobre cómo y por qué debe tenerse una estrategia de redes sociales en la empresa.

Objetivos

El curso *Redes sociales y profesionales en la empresa* tiene como objetivo la incorporación de las redes sociales a la empresa, al nivel que mejor se ajuste a su actividad, y que puede ir desde la construcción de un sencillo canal para captar información a toda una estrategia de captación de talento, de trabajo en red o de acercamiento a los potenciales clientes.

Los objetivos de aprendizaje son:

1. Explicar el cambio de paradigma que supone la Web 2.0, de una plataforma de comunicación unidireccional a otra multidireccional y participativa.
2. Incorporar a la caja de herramientas del profesional los instrumentos básicos para encontrar y hacer seguimiento de las organizaciones, individuos y términos clave del sector con presencia en la Red.
3. Explorar las principales prestaciones de Facebook, Twitter y LinkedIn.
4. Analizar la posibilidad de utilizar las redes sociales como plataforma de proyección exterior.
5. Ponderar la contratación de servicios externos para la gestión de la presencia en las redes sociales (p. ej., community manager).

Competencias

La formación se plantea sobre la base del concepto de competencia. Entendemos por competencia el conjunto integrado y complejo de conocimientos, habilidades y actitudes que se ponen en juego en la ejecución de una determinada actividad (laboral, de aprendizaje, o cualquiera de cotidiana).

Las competencias que se detallan a continuación son las que fundamentan el conjunto de contenidos que se presentan en el curso.

- Diseñar estrategias de seguimiento a partir de la identificación de los hilos RSS relevantes, filtrado por *tags* y *hashtags*, suscripción a páginas y usuarios de organizaciones y personas.
- Tomar decisiones de presencia en Internet, tanto con la web personal/institucional como en los diferentes espacios a disposición de los usuarios de las redes sociales.
- Ponderar la necesidad de contratar servicios externos o de hacer formación interna en la gestión de la presencia personal/institucional en Internet, en general, y en las redes sociales, en concreto.

Contenidos del curso

Introducción

Objetivos

1. ¿Qué es una red social
 - 1.1. ¿Qué es la Web 2.0?
 - 1.2. El prosumidor
 - 1.3. Características y tipos de redes sociales
2. Redes sociales y comunicación
 - 2.1. El plan de comunicación
 - 2.2. Estrategia de presencia en las redes sociales
 - 2.2.1. La web institucional
 - 2.2.2. Estrategia en las redes
3. Monitorización de las redes sociales
 - 3.1. Identidad digital
 - 3.2. Personas y etiquetas
 - 3.3. El *permalink*
 - 3.4. Los hilos RSS
 - 3.4.1. Los lectores de hilos
 - 3.5. Buscadores y alertas
 - 3.5.1. Configuración de las búsquedas
4. El nuevo perfil del comunicador en las redes sociales
 - 4.1. El *community manager*
5. Ejemplos de redes sociales
 - 5.1. Twitter
 - 5.2. Facebook

5.3. Google+

5.4. LinkedIn

Resumen

Actividad

Glosario

Bibliografía

Metodología

El curso se va a desarrollar de acuerdo con la metodología de la Universitat Oberta de Catalunya. En el curso destacan los siguientes elementos metodológicos:

1) Organización del curso. Cada curso tiene delimitadas las competencias previas, las competencias que se deben alcanzar y los objetivos de aprendizaje. Los contenidos se han elaborado basándose en esta información, por lo que los materiales didácticos y las actividades de aprendizaje planteados son las herramientas fundamentales para alcanzar los objetivos y competencias del curso. En el apartado “Planificación del aprendizaje” de esta guía podéis consultar el mapa de navegación del curso. Se interrelacionan objetivos, contenidos, actividades y temporalización, que es una herramienta que permitirá al participante organizar su tiempo con el objetivo final de superar el curso. La temporalización para el estudio se planea teniendo en cuenta el tiempo que es aconsejable dedicar a cada una de las actividades. Si bien cada persona es quien acabará marcando el ritmo de estudio, lo que aquí proponemos está pensado para que se pueda seguir adecuadamente la evaluación continua que se ha establecido.

2) Acción de consultoría. El aprendizaje se basa en la resolución de actividades y casos prácticos que propone el consultor (o profesores virtuales). El profesor consultor se dirige a los participantes para orientarlos y ayudarlos en las dificultades que le surgen en el proceso de aprendizaje y le aporta retroalimentación (*feedback*) de manera constante. Asimismo, comprueba que cada participante alcance los objetivos pedagógicos y desarrolle las competencias profesionales previstas y definidas en la guía de aprendizaje. Hace la evaluación formativa y personalizada del participante según la previsión del curso.

3) Evaluación continua del aprendizaje. Las competencias del curso se alcanzan a partir del planteamiento por parte del consultor de ejercicios o actividades de aprendizaje adaptados a las características del curso. Las actividades se basarán en la aplicación de los conocimientos a situaciones concretas de un puesto de trabajo. Las actividades propuestas serán evaluadas de forma que suponen una evaluación formativa para el participante.

4) Material didáctico. Los participantes disponen de material didáctico específico y de materiales de consulta y orientaciones técnicas propuestas por el consultor. Se recomienda la lectura de los materiales didácticos como base del aprendizaje y del logro de competencias específicas. Con todo, el consultor es quien orientará sobre la lectura de los materiales didácticos y el procedimiento más adecuado para resolver los problemas o casos que se propongan.

Planificación del aprendizaje

Objetivos	Contenidos	Materiales	Actividades	Tiempo
<p>Explicar el cambio de paradigma que supone la Web 2.0, de una plataforma de comunicación unidireccional a otra multidireccional y participativa.</p> <p>Analizar la posibilidad de utilizar las redes sociales como plataforma de proyección exterior.</p>	<p>1. ¿Qué es una red social?</p> <p>2. Redes sociales y comunicación</p>	<p>Unidad 1</p> <p>1. ¿Qué es una red social?</p> <p>1.1. ¿Qué es la Web 2.0?</p> <p>1.2. El prosumidor</p> <p>1.3. Características y tipos de redes sociales</p> <p>Unidad 2</p> <p>2. Redes sociales y comunicación</p> <p>2.1. El plan de comunicación</p> <p>2.2. Estrategia de presencia en las redes sociales</p> <p>2.2.1. La web institucional</p> <p>2.2.2. Estrategia en las redes</p>	<p>Teoría:</p> <p>Lectura de la unidad 1 (págs. 7-8) y unidad 2 (págs. 10-13)</p> <p>Práctica:</p> <p>Realización de la actividad 1 de los materiales</p>	<p>Semana 1</p> <p>(10-12 h aprox.)</p>
<p>Incorporar a la caja de herramientas del profesional los instrumentos básicos para encontrar y hacer seguimiento de las organizaciones, individuos y términos clave del sector con presencia en la Red.</p>	<p>3. Monitorización de las redes sociales</p>	<p>Unidad 3</p> <p>3. Monitorización de las redes sociales</p> <p>3.1. Identidad digital</p> <p>3.2. Personas y etiquetas</p> <p>3.3. El <i>permalink</i></p> <p>3.4. Los hilos RSS</p> <p>3.4.1. Los lectores de hilos</p> <p>3.5. Buscadores y alertas</p> <p>3.5.1. Configuración de las búsquedas</p>	<p>Teoría:</p> <p>Lectura de la unidad 3 (págs. 16-19)</p> <p>Práctica:</p> <p>Realización de la actividad 2 de los materiales</p>	<p>Semana 2</p> <p>(10-11 h aprox.)</p>
<p>Ponderar la contratación de servicios externos para la gestión de la presencia a las redes sociales (p. ej., <i>community manager</i>).</p>	<p>4. El nuevo perfil del comunicador en las redes sociales</p>	<p>Unidad 4</p> <p>4. El nuevo perfil del comunicador en las redes sociales</p> <p>4.1. El <i>community manager</i></p>	<p>Teoría:</p> <p>Lectura de la unidad 4 (pág. 21)</p>	<p>Semana 2</p> <p>(1 h aprox.)</p>

Explorar las principales prestaciones de Facebook, Twitter y LinkedIn.	5. Ejemplos de redes sociales	Unidad 5 5. Ejemplos de redes sociales 5.1. Twitter 5.2. Facebook 5.3. Google+ 5.4. LinkedIn	Teoría: Lectura de la unidad 5 (págs.23-27) Práctica: Realización de la actividad 3 de los materiales	Semana 3 (10-12 h aprox.)
--	-------------------------------	---	--	------------------------------

Actividades

El consultor o consultora propondrá dos actividades, cuya resolución permitirá seguir la evaluación continuada del curso. Estas actividades han de entregarse puntualmente dentro de los periodos establecidos por el/por la consultor/a. La puntualidad en la entrega de las actividades es determinante para ir avanzando el curso con solvencia. Además de estas actividades, también se podrán realizar otras que, a diferencia de las ya mencionadas, no tendrán carácter evaluador, sino que servirán para complementar las anteriores y facilitar el estudio de los módulos.

Formato de las actividades:

- La actividad 1 y 3 de los materiales: la redacción completa debe entregarse al consultor, y ha de hacerse una presentación en dos diapositivas para presentarlas en el espacio de Debate del aula.
- La actividad 2 de los materiales: la dirección web y las búsquedas deben enviarse al espacio de Debate del aula.

Evaluación

La metodología de trabajo que se sigue es **la evaluación continua**. La evaluación continua ofrece muchas ventajas en un entorno no presencial de aprendizaje:

- Permite establecer un ritmo de seguimiento y trabajo constante necesario para el aprendizaje de cualquier contenido. El hecho de ir avanzando progresivamente en el estudio, trabajo y asimilación de cada contenido contribuye a llegar, de una forma más fluida, al logro final de unos buenos conocimientos.
- Permite a cada persona ponderar el grado de asimilación del contenido que va trabajando mediante la actividad, a la vez que puede poner de relieve dudas que el estudio individual habría podido hacer pasar inadvertidas.
- Permite al consultor valorar si la persona ha alcanzado o no los conceptos trabajados en cada una de las actividades propuestas. Las actividades de evaluación continua tienen como objetivo que el alumno haga unos ejercicios prácticos que ilustren si es capaz de llevar a la práctica los conceptos que ha ido estudiando. Está claro que su seguimiento requiere un esfuerzo, pero es del todo recomendable su seguimiento y constituye un factor clave para el logro con éxito de los objetivos docentes.

La evaluación continua se basa en el desarrollo de las actividades, casos prácticos, ejercicios y debates que se llevan a cabo durante el curso y que los consultores evalúan. Hay que seguir las indicaciones y los consejos adicionales sobre el formato y la estructura en los que se tienen que resolver las actividades planteadas. También es posible que alguna de las actividades consista en un debate, donde los consultores valorarán las aportaciones y el esfuerzo de participación.

Entrega de las actividades

El estudiante hará llegar las actividades resueltas a través del buzón de entrega de actividades del aula (y cuyo acceso de lectura es exclusivo del profesorado). Este espacio es exclusivo de entrega, NO es el espacio indicado para resolver dudas con el consultor. Para resolver dudas, podéis mandar un mensaje a su correo personal. Las actividades de evaluación continua son personales y su resolución es individual, a menos que se trate de una actividad en grupo. Esto no es obstáculo para que se dé una fase previa de discusión del contenido de la actividad en el ámbito del grupo, pero exige la entrega de una actividad individual y diferenciada. La entrega de una actividad copiada o duplicada de otra persona perteneciente al mismo grupo o a otro comportará la consideración de la actividad como no presentada para todas las personas implicadas.

Calificación

Cada una de las actividades del curso se evalúa a partir de los siguientes parámetros:

Apto: se han alcanzado correctamente los conocimientos

No apto: no se han alcanzado los conocimientos

Mediante el registro de la evaluación continua, accederéis a la nota del curso. Las calificaciones estarán introducidas en el plazo aproximado de una semana desde el cierre del plazo de entrega de la actividad correspondiente. El consultor informará en el tablón de su publicación y podrá proponer un guión de soluciones o los errores más frecuentes que se hayan detectado en la tarea de corrección de las actividades entregadas.

En el caso de que el participante haya superado el curso, recibirá la certificación de Apto. En el caso de no haber superado el curso, la calificación final será No apto.

Herramientas disponibles en el aula

Las funcionalidades de las herramientas disponibles al aula son las siguientes:

Espacio comunicación:

La interacción de los/de las consultores/se con los/las estudiantes se dará, de manera orientativa, siguiendo estas pautas:

Tablón del/ de la profesor/a:

Es el espacio básico de comunicación del/de la consultor/a con los/las estudiantes, de visita imprescindible para el seguimiento del curso. Se podrán encontrar, principalmente, las siguientes informaciones:

1. Mensaje de presentación de los y las consultores/se y de bienvenida.
2. Guía de aprendizaje.
3. Planificación temporal del curso.
4. Especificación de las actividades a realizar para seguir la evaluación continuada (incluyente fechas de remisión, etc.).
5. Notas varias referentes al seguimiento del curso.
6. Puesta en común de respuestas a dudas particulares que se consideren de interés general para el grupo.

Debate:

En este espacio se podrán realizar debates, siempre iniciados por el/por la consultor/a. Estos pueden formar parte de la evaluación continuada o bien, eventualmente, se pueden proponer sin que se incluyan en la evaluación. Se espera la participación activa de las personas participantes en el curso.

Foro:

Este es un espacio de comunicación informal abierto a las iniciativas tanto de consultores/as cómo de los propios y propias estudiantes. Por ejemplo:

- Mensaje de presentación de los y las estudiantes.
- Problemas sobre temas de configuración y funcionamiento del entorno al aula, que pueden ser resueltos entre los propios y propias estudiantes y, en ocasiones, por el consultor o la consultora.

- Se pueden plantear dudas, comentarios y cuestiones referidas a los contenidos de la asignatura que los/las estudiantes quieran compartir con el resto de participantes.
- Explicitación de inquietudes respecto a la nueva experiencia que supone estudiar en una universidad virtual.
- Comentarios sobre temas de carácter profesional, sobre el funcionamiento de los módulos y las pruebas de evaluación continuada, entre otras.
- Permite proponer temas de actualidad relacionados con los módulos y que se quieran plantear como debate (direcciones de Internet, noticias de prensa, artículos, etc.).
- Comentarios sobre la marcha del curso.
- Comentarios, observación de errores y sugerencias sobre los materiales de los módulos.
- Y cualquier otra cosa a iniciativa de los y de las alumnas.

Espacio de planificación:

En este espacio del aula se puede consultar el calendario del curso..

Espacio de recursos:

En este espacio se incluye el material didáctico, la Guía de aprendizaje y otros materiales y/o recursos de consulta. Aun así se incluyen diferentes fuentes de información que se pueden utilizar durante el curso como material complementario, a requerimiento de los consultores/se.

Espacio de evaluación:

En este espacio encontraréis el buzón de Prácticas, para la entrega de las actividades, y también podréis tener acceso a vuestro registro de calificaciones así como vuestro expediente académico.

Tablón e-formació UOC-SOC:

En él se podrán encontrar diferentes informaciones de carácter general para el buen desarrollo del curso.

Bibliografía

Català, C. (2007). *Introducció a les fonts d'informació*. Barcelona: UOC.

Chaín, C. (1997). "Introducción a la gestión de recursos de información como apoyo a la investigación". En: *Introducción a la gestión y análisis de recursos de información en ciencia y tecnología*. Murcia: Universidad de Murcia.

Com citar i publicar documents [documento en línea]. Universidad de Barcelona. Biblioteca. [Fecha de consulta: 3 de octubre del 2005].
<<http://www.bib.ub.es/bub/publicar.htm>>

Cornella, A. (1994). *Los recursos de información: ventaja competitiva de empresas*. Barcelona: McGraw-Hill.

Durban, G. (2005). *Fases del procés de cerca i recuperació de la informació* [documento en línea].
<<http://etpclot.fje.edu/serveis/biblioteca/pdf/mapaproces.pdf>>

Gibb, J. M.; Phillips, E. (1978/1979). "A better fate for grey or non conventional literature". *Journal of Research Communication Studies* (núm. 1, págs. 225-234).

Martín Vega, A. (1995). *Fuentes de información general*. Gijón: Ediciones Trea.

Mayer, M. A.; García, L.; Leis, A. (2008). "La Web 2.0 se presenta como una nueva plataforma de gestión de la información en medicina". *Aten Primaria* (vol. 40, núm. 1, págs. 39-42).

Serrano Cobos, J. (2006, diciembre). "Passat, present i futur del Web 2.0 en serveis d'informació digital". *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació* (núm. 17). [Fecha de consulta: 8 de mayo del 2009].
<http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=17serra1.htm>

Unesco (1971). *Actas de la Conferencia General*. 16.^a reunión, París, 12 de octubre-14 de noviembre de 1970.

Villaseñor, I. (1998). “Los instrumentos para la recuperación de la información: las fuentes”. En: I. de Torres (coord.). *Las fuentes de información: estadios teórico-prácticos*. Madrid: Síntesis.