

viu
.es



Guía didáctica

Función de las Redes Sociales en la Cadena de Valor

Título: Máster en Administración y Dirección de Empresas MBA

Módulo: Especialización

Créditos: 3 ECTS

Código: 10MMBA

viu | **Universidad
Internacional
de Valencia**

Denominación: Función de las Redes Sociales en la Cadena de Valor

Descripción:

Los objetivos propios de la asignatura son introducirte en la situación actual de las redes sociales y los cambios futuros en los negocios a nivel global teniendo en cuenta la universalización de los intercambios y relaciones que las redes sociales han hecho posible, así como proporcionarte las habilidades y herramientas necesarias para analizar las redes sociales y la importancia de las tecnologías en una empresa, midiendo su impacto y las oportunidades, retos y amenazas que las mismas introducen. Con esta asignatura conocerás las diferentes tareas a desarrollar en el proceso de gestión de las redes sociales, tanto desde el punto de vista de conocimiento de las mismas como de la potencialidad de negocio que implican.

Carácter: Optativa

Créditos ECTS: 3

Contextualización:

En una época donde las redes sociales se han convertido en una herramienta de acceso al mercado, tanto de bienes y servicios como laboral y de contactos profesionales, las empresas que las incluyan de manera profesional obtendrán uno de los elementos más importantes de cara a conseguir los objetivos de rentabilidad, posicionamiento de mercado, incremento de negocio y expansión internacional.

Modalidad: Online

Temario:

TEMA 1. Las redes sociales y el cambio en los procesos empresariales: de la cadena de valor a la red de valor.

TEMA 2. Las redes sociales en el área de marketing.

TEMA 3. Las redes sociales en el área comercial

TEMA 4. Las redes sociales y el área de recursos humanos

TEMA 5. La organización del trabajo: deslocalización geográficas y teletrabajo.

TEMA 6. Las políticas internas del uso de las redes sociales en el entorno laboral: el uso de las redes sociales en la empresa y el código de buenas prácticas.

TEMA 7. Las redes sociales por sectores y tendencias digitales

Competencias:

COMPETENCIAS GENERALES

CG1. Adquirir conocimientos avanzados en gestión empresarial que permita demostrar, en un contexto altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en el ámbito económico y financiero.

CG4. Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información relacionada con la empresa y su entorno, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto, aplicándola a situaciones complejas y teniendo en cuenta cómo afecta a otros departamentos de la organización.

CG6 - Desarrollar la creatividad, la capacidad de iniciativa, la autonomía personal y profesional y la cultura emprendedora en proyectos y colaboraciones en el ámbito empresarial.

CG8 - Desarrollar habilidades interpersonales que le permitan interactuar y encontrar la complementariedad con grupos e individuos en todos los niveles y con experiencias culturales y disciplinares diversas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE10 - Emplear la tecnología y los sistemas de información como ventaja competitiva, de forma que muestre el desarrollo de habilidades para gestionar proyectos internacionales, multinacionales, y nacionales.

CE12 - Diseñar, organizar y desarrollar la estrategia de operaciones a partir de las decisiones de capacidad, red de suministro y tecnología del proceso.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de describir:

RA-1 Describir la situación actual de las redes sociales y los cambios futuros en los negocios a nivel global.

RA-2 Describir la universalización de los intercambios y relaciones que las redes sociales han hecho posible.

RA-3 Identificar las redes sociales y la importancia de las tecnologías en una empresa.

RA-4 Medir el impacto de las redes sociales: oportunidades, retos y amenazas

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Exposiciones del profesor en clases teórico-expositivas	15	0
Resolución de ejercicios de ensayo y práctica de los conocimientos previamente adquiridos.	10	0
Resolución de problemas y análisis de casos.	10	0
Tutorías y seguimiento	15	0
Realización de trabajos grupales o individuales	40	0
Estudio personal a partir de material recopilado y de las actividades realizadas dentro del aula, para conseguir un aprendizaje autónomo y significativo.	60	0

Metodologías docentes:

- Clases teóricas impartidas sincrónicamente como lecciones magistrales o exposiciones, en las que además de presentar el contenido de la asignatura, se explican los conceptos fundamentales y se desarrolla el contenido teórico.
- Clases prácticas consistentes en actividades síncronas y asíncronas a través de las cuales se pretende mostrar al alumnado cómo debe actuar a partir de la aplicación de los conocimientos adquiridos. Realización de diferentes pruebas para la verificación de la adquisición tanto de conocimientos teóricos como prácticos y la adquisición de competencias.
- Dinámicas de simulación y role playing, consistentes en recreaciones síncronas y asíncronas de situaciones reales en las que el alumno puede desempeñar distintos roles relacionados con la actividad profesional para la que se forma.

- Seminarios o talleres, consistente en una modalidad organizativa de los procesos de enseñanza y aprendizaje donde tratar en profundidad una temática relacionada con la materia. Se puede trabajar de forma síncrona y asíncrona.
- Tutorías periódicas entre el profesorado y el alumnado para la resolución de dudas, orientación, supervisión, seguimiento del trabajo, etc. Hay tutorías síncronas y asíncronas.
- Trabajo Autónomo tanto individual como grupal para la lectura crítica de la bibliografía, estudio sistemático de los temas, reflexión sobre problemas planteados, resolución de actividades propuestas, búsqueda, análisis y elaboración de información, investigación e indagación, así como trabajo colaborativo basado en principios constructivistas.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	60.0	60.0
Evaluación final	40.0	40.0

Bibliografía:

- Diaz-Aroca, E. & Martínez, D. (2017) *Social Selling: la nueva herramienta para vender más*. Madrid: Altom Service S.A.
- Sanz, M. (2012) *El papel de las redes sociales en la estrategia de comunicación*. Madrid: Editrain S.L.
- Villoch, I. (2012) *El papel de las redes sociales profesionales*. Madrid: Editrain S.L.