



Social Media Video y
marketing de
contenidos

Grado en Comunicación
Audiovisual
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Social Media Video y marketing de contenidos

Titulación: Grado en Comunicación Audiovisual

Curso académico: 2025-26

Carácter: Optativa

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Jennifer Álvarez Paredes

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- Crear y desarrollar elementos gráficos, imágenes, audioexcelvisuales y digitales.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad especialmente en los procesos comunicativos.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos audiovisuales.
- Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.

1.1. Resultados de aprendizaje:

- Crear contenidos audiovisuales pensados para su difusión en las redes sociales, atendiendo a los parámetros, no sólo creativos, que demanda hoy en día la sociedad digital.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Creación de estrategias de contenidos para redes sociales basadas en los contenidos, tramas y personajes de series, películas y otras obras audiovisuales. Se incluye todo el proceso: análisis previo, creación de ideas, planificación, grabación, publicación y análisis en redes sociales, siempre apoyado en ejemplos reales y de manera práctica. Nuevas tendencias de contenidos en redes sociales y cómo aprovecharlos en la promoción.

2.3 Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

Creación de estrategias de contenidos para redes sociales basadas en los contenidos, tramas y personajes de series, películas y otras obras audiovisuales. Se incluye todo el proceso: análisis previo, creación de ideas, planificación, grabación, publicación y análisis en redes sociales, siempre apoyado en ejemplos reales y de manera práctica. Nuevas tendencias de contenidos en redes sociales y cómo aprovecharlos en la promoción.

1. Redes sociales

Estándares de la comunicación digital actual. Web y móvil.
Cómo aprovechar las redes sociales para promocionar un proyecto audiovisual.
Publicación de vídeo en redes sociales. Limitaciones a tener en cuenta.
Tendencias en redes sociales.
La importancia del usuario.

2. Análisis de contenidos audiovisuales

De las biblias, guiones, tramas y personajes al ámbito digital.
Lluvia de ideas.
Estimación de recursos y medios.

3. Transmedia

Qué es y qué no es transmedia.
Cómo hacer un transmedia de obras audiovisuales.
La importancia de involucrar al usuario.

EXAMEN PARCIAL

4. Planificación

Planes de grabación.
Medios necesarios.
Grabación y edición.
Organización con el equipo artístico.

5. Estrategia digital

Creación de un Social Media Plan para hacer la promoción.
Calendarización y publicación del contenido.
Interacción.

6. Análisis

Análisis de los contenidos publicados en redes sociales.
Cambios en las estrategias según los resultados.

EXAMEN FINAL

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares que supondrán un 25% de la evaluación final:

Actividad dirigida 1 (AD1): Análisis de una obra audiovisual para extraer oportunidades que se puedan aprovechar en su promoción en redes sociales. Definir la línea a seguir y los elementos que se van a destacar. Actividad grupal tutorizada en clase.

Actividad dirigida 2 (AD2): Creación de una estrategia transmedia. Presentación de una idea original sobre una obra audiovisual. Actividad grupal tutorizada en clase.

Actividad dirigida 3 (AD3): Planificación de los contenidos a grabar en el análisis anterior y las indicaciones necesarias para el equipo artístico u otras personas implicadas. Actividad individual tutorizada en clase.

Actividad dirigida 4 (AD4): Creación de una estrategia digital en base a los contenidos «grabados»: cómo y cuándo publicarlos para conseguir el máximo impacto y que los usuarios tengan la mejor experiencia posible. Actividad individual tutorizada en clase.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

Clases de teoría y práctica: 29%, 43,5h. Lección magistral, ejercicios prácticos y seminarios. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 100%.

Trabajo personal del alumno: 50%, 60h. Estudio de la materia, realización de ejercicios prácticos, exposiciones orales y multimedia. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 0%.

Tutorías: 10%, 15h. Trabajo personal tutorizado. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 50%.

Evaluación: 11%, 16,5h. Prueba final, ordinaria y extraordinaria. Autoevaluación de los resultados obtenidos. Todas las competencias de la materia. Presencialidad 50%.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

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.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Prueba parcial	15%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	65%

Convocatoria Extraordinaria

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la

sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Mejía, J.C. (2013). *La Guía del Community Manager. Estrategia, Táctica y Herramientas (Social Media)*. Madrid: Anaya Multimedia.

Scolari, C.A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Moreno, M. (2013). *El Gran Libro del Community Manager*. Madrid: Ediciones Gestión 2000.

Rojas, P. (2013). *Cómo preparar un plan de social media marketing*. Madrid: Ediciones Gestión 2000.

Bibliografía recomendada

Merodio, J. (2012). *Marketing en redes sociales*. Madrid: Bubok. Disponible en: <http://www.bubok.es/libros/191596/Marketing-en-Redes-Sociales-Mensajes-de-empresa-paragente-selectiva>

Merodio, J. (2012). *2 Años de Marketing Digital & Social Media*. Madrid: Bubok. Disponible en: www.bubok.es/libros/231694/2-Anos-de-Marketing-Digital-amp-Social-Media de www.juanmerodio.com

Rissoan, R. (2016). *Comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación*. Barcelona: Eni.

Kawasaki, G., Ftpatrick, P. (2016). *El arte del Social Media*. Anaya Multimedia.

Sanagustín, E. (2017). *Plan de contenidos para medios sociales*. Barcelona: UOC.

Florido, M., Máñez, R., Díaz, C., Pinzón, C., Ortega, A. (2021). *Curso Especialista en publicidad digital y embudos de venta*. Anaya Multimedia.

Pérez Ortega A. (2017). *Marca personal para dummies*. Barcelona: CEAC.

Miles, J. (2021). *El poder de Instagram: construye tu marca y llega a más clientes a través de la influencia visual*. McGraw-Hill Interamericana.

Kerpen, D. (2021). *Me gusta: redes sociales: cómo encantar a tus clientes y crear una marca atractiva para las redes sociales*. McGraw-Hill Interamericana.

Blog de Anto Garzía, con información y experiencias sobre el trabajo en redes sociales y diversas producciones: <https://antogarzia.com/blog/>

Blog de Juan Merodio sobre marketing 2.0: <https://www.juanmerodio.com/>

Blog de Vilma Núñez sobre marketing digital, redes sociales y blogs: <https://vilmanunez.com/category/blog-vilma-nunez/>

Criatura Creativa, el blog de Hugo Gómez sobre creatividad, publicidad y diseño: <http://lacriaturacreativa.com/>

Marketing de guerrilla, blog de Carlos Bravo sobre marketing digital y SEO: <http://www.marketingguerrilla.es/>

Trecebits, el blog de Manuel Moreno sobre redes sociales: <http://www.trecebits.com/>

IAB, IAB Spain: <https://iabspain.es/estudio>, IAB

AIMC, Estudio navegantes en la red: <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-lared/>. AIMC, 2022

Otros recursos

Canva: generador de imágenes, memes y diseños de una forma rápida, sencilla y vistosa.
<https://www.canva.com>

Tweetdeck: herramienta para gestionar una cuenta de Twitter de forma más profesional.
<https://tweetdeck.twitter.com>

Metricool: Herramienta para gestionar redes sociales. <https://metricool.com/es/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Jennifer Álvarez Paredes
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Máster
Correo electrónico	jalvarpa@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Previa petición por mail

Experiencia profesional aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	La profesora Jennifer Álvarez Paredes es Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo. Además, cuenta con dos títulos de Máster en Marketing Digital. Tras completar sus estudios, su actividad se ha dirigido al mundo audiovisual. Su labor profesional comienza hace 10 años en el área Digital de Atresmedia gestionando las redes sociales de las cadenas, series y programas, con el objetivo de compartir contenido de calidad, crear comunidades de usuarios, e innovar cada día dentro del mundo social media. Además, también realiza labores de redacción web siendo consciente de la importancia de los contenidos de calidad y el posicionamiento SEO. Entre sus proyectos más destacados en Atresmedia se incluyen los lanzamientos de 'La casa de papel' o de 'La Voz'. Además, ha formado parte de varios proyectos audiovisuales como Creadora de Contenido Digital en el programa 'Drag Race España' y la serie 'La Ruta'. Especializada en el mundo transmedia y la investigación de nuevos modelos de promoción digital para series y programas de televisión. Sus últimos trabajos han sido: Idea Original de 'Toni 2001' y Delegada de Contenidos en el programa 'Sí lo digo'. https://www.atresplayer.com/snacks/toni-2001/ https://www.atresplayer.com/snacks/si-lo-digo Actualmente, es responsable del Branded Content Digital de Atresmedia. Donde realiza campañas para clientes como Fanta, Caixabank o Iberdrola.
---	---