

PROGRAMA			
I.- DATOS GENERALES			
Nombre del curso:	Electiva: Sociedad y Social Media		
Código del curso:	80398	Clasificación Asignatura:	TA-8: Práctica. Curso - Taller
Número de Unidades Crédito:	4	Horas de acompañamiento docente (Teoría):	1
Coordinación Académica:	Relaciones Industriales (CORI) y Sociología (COSO)	Horas de acompañamiento docente (Práctica):	2
Escuela:	Escuela de Ciencias Sociales (CISO)	Horas de acompañamiento docente (Laboratorio):	N/A
Facultad	Ciencias Económicas y Sociales	Horas de Preparaduría:	N/A
Tipo de Evaluación:	Continua sin reparación	Horas de trabajo independiente recomendado al estudiante:	5
Modalidad :	Presencial / Virtual	Pre-requisitos:	No aplica.
Tipo de Asignatura:	Electiva	Régimen de Estudios:	Semestral
Ubicación de la asignatura:	7° u 8° semestre	Fecha de Aprobación Consejo de Facultad:	15/03/2019

II.- JUSTIFICACIÓN

Herramientas teóricas y prácticas, así como información actualizada al estudiantes, para la comprensión de los cambios que el Social Media (Redes sociales) está generando en las relaciones sociales y de producción en la actualidad.

III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Competencias Generales:

CG1: Aprender a aprender con calidad: Utiliza estrategias de forma autónoma para incorporar e incrementar conocimientos, habilidades y destrezas en el contexto de los avances científicos y culturales requeridos para un ejercicio profesional globalmente competitivo.

Unidad de Competencia	Criterios de desempeño
Identifica, plantea y resuelve problemas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconoce diferencias entre una situación actual y la deseada. 2. Analiza el problema y obtiene la información requerida para solucionarlo. 3. Formula opciones de solución que responden a su conocimiento, reflexión y experiencia previa. 4. Selecciona la opción de solución que resulta más pertinente, programa las acciones y las ejecuta. 5. Evalúa el resultado de las acciones ejecutadas
Trabaja con altos estándares de calidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Busca activamente oportunidades para mejorar su actuación personal y académica. 2. Toma la iniciativa en procesos de mejora continua en el grupo. 3. Actúa efectiva, eficiente y eficazmente: cuida los detalles, planifica acciones y comprueba lo que hace y cómo lo hace. 4. Actúa conforme a las normas y exigencias que denotan la calidad de su actuación. 5. Actúa de acuerdo con la deontología profesional de su carrera.

CG4: Aprender a interactuar en el contexto global:

Actúa y se integra a los escenarios globales mediante el dominio de otros idiomas y de las tecnologías de la información y comunicación, esenciales para su interacción en el escenario global.

Unidad de Competencia	Criterios de desempeño
Se desempeña eficazmente en contextos internacionales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe la realidad internacional actual. 2. Valora la diversidad cultural en escenarios globales. 3. Se integra a los distintos contextos internacionales. 4. Participa en grupos multiculturales cooperativamente bajo la modalidad presencial o virtual. 5. Transfiere prácticas culturales efectivas a otros contextos.

Competencias Comunes:	
CC1: Desarrolla la cultura emprendedora: Identifica oportunidades de emprendimiento, desarrolla propuestas de valor diferencial y formula proyectos sustentables.	
Unidad de Competencia	Criterios de desempeño
Detecta oportunidades de emprendimiento y/o desarrollo de nuevos productos, procesos y organizaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica las necesidades del entorno. 2. Reconoce oportunidades de emprendimiento 3. Desarrolla propuestas de valor para los grupos de interés. 4. Selecciona opciones convenientes para su implementación.
Desarrolla proyectos de emprendimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseña el modelo de emprendimiento adecuado. 2. Formula el plan de negocios. 3. Evalúa la factibilidad técnica del proyecto. 4. Determina la viabilidad económico-financiera.

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS	
UNIDAD I Principales teorías para el abordaje del social media (redes sociales)	Tema I: Teoría General de Sistemas (L. Bertalanffy) Tema II: Teoría del Entorno (F. Nigthingale) Tema III: Sociedad de la información Tema IV: Sociedad del conocimiento Tema V: Redes de comunicación y estructuras de grupo (C. Flament) Tema VI: Economía digital Tema VII: Integración y complementación de las teorías
UNIDAD II Identificar los principales canales de social media (redes sociales) en la actualidad	Tema I: redes sociales: Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Youtube, Instagram, Pinterest, Flickr, Tumblr, Vine, Snapchat, Foursquare, VK, HeyHey, Plague, Bobler y Ask.fm.
UNIDAD III Señalar los efectos del uso del social media (redes sociales) en las relaciones sociales y de producción	Tema I: Virtualización de la realidad y vida cotidiana Tema II: Virtualización de las relaciones sociales y de producción Tema III: Internet y la Web 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0 Tema IV: Redes de comunicación e interacción virtual (Redes sociales) Tema V: Redes sociales en la economía digital

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE
<ul style="list-style-type: none"> - Exposición del profesor. - Búsqueda de información. - Estudio de casos. - Debates.

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Pruebas escritas. - Estudio de casos. - Debates. - Talleres.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
Albrecht, Karl: "Inteligencia Social", (La nueva ciencia del éxito), Vergara Ediciones, Barcelona, España, 2006. Bonelly, Rafael: "La Huella Social", (Cómo los usuarios tomaron control de Internet), Libros de El Nacional, Caracas, Venezuela, 2011. Castells, Manuel: "Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa", Revista La Factoría Nº 7, Octubre-Enero 1999. De Moraes, Dênis: "Sociedad Mediatizada", Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2007. Edvinsson, Leif y Malone, Michael: "El Capital Intelectual", (Como identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa), Ediciones Norma, Bogotá, Colombia, 1998. Fayol, Henry: "Administración Industrial y General", (Previsión, Organización, Mando, Coordinación, Control), Editorial Mobil-Libros, 12ma Edición, Caracas, Venezuela, 1996. Jiménez, Carlos: "Internet y los Negocios", (Manual para Aprovechar las Ventajas de Internet en su Empresa), Ediciones IESA, Caracas, Venezuela, 2011. Núñez, Fernando: "Comunicación Digital y Web", Libros de El Nacional, Serie Manuales Universitarios y Profesionales, Caracas, Venezuela, 2009. Rojas, Octavio: "Web 2.0", (Manual no oficial de uso), Editorial ESIC, Madrid, España, 2007. Silva, Alberto: "Competencias Gerenciales", Ediciones UNIMET, Caracas, Venezuela, 2008. Stein, Guido: "Éxito y fracaso en la Nueva Economía" (Reglas para dirigir en la era Internet), Gestión 2000 Ediciones, Barcelona, España, 2001. Viloria, Enrique: "La Gerencia en la Nueva Economía", Caracas, Venezuela, Editorial Panapo, 2001. Von Clausewitz, Karl: "De la Guerra", (Naturaleza, Teoría, Estrategia, Combate, Defensa y Ataque), Buenos Aires, Argentina, Distal, 2006.

PÁGINAS WEB:

Schultz y Dunbar: "*Hipótesis del Cerebro Social*" En http://publishing.royalsociety.org/media/proceedings_b/RSPB20070693.pdf
(Consultado el 01/11/2011)

UNESCO: "*Sociedad del Conocimiento*" En <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf> (Consultado el
24/10/2011)

UNESCO: "*Libertad de Información*" En
http://portal.unesco.org/ci/en/files/26159/12224369177freedom_information_es.pdf/freedom_information_es.pdf (Consultado
el 24/10/2011)