

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Teoría y métodos de Análisis de Redes Sociales				
CENTRO ACADÉMICO:	Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESTRATÉGICA				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	5º	CLAVE DE LA MATERIA:	27889
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, Teorías y Metodologías		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Ago-Dic	
HORAS SEMANA T/P:	2HT - 2HP		CRÉDITOS:	6	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Ambientes combinados		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Curricular	
ELABORADO POR:	Dr. Alejandro García Macías				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, Teorías y Metodologías		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Ago-2021	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico-práctico que brinda las herramientas para la identificación, representación e interpretación de patrones y estructuras relacionales en diferentes niveles y contextos (personal, intra e inter organizacional, social y digital), con el fin de analizar diferentes tipos de redes sociales, entre otras las de aprendizaje, colaboración, apoyo social, actividades de la vida cotidiana, intercambio y flujos de información formal e informal, colaboración y competencia entre organizaciones, etc., que permitan al alumno comprender, describir e intervenir en los mecanismos relacionales y de interacción social subyacentes a la comunicación organizacional en sus diferentes planos. La asignatura se apoya en materias previas como Teorías de la Comunicación Organizacional, Teoría Social y Problemas contemporáneos, Uso e interpretación de datos estadísticos e Informática para ciencias sociales, se relaciona en paralelo con Medios Sociales y Community Management, y a su vez es fundamento para materias subsecuentes, como Relaciones públicas y networking Corporativo, Grupos de alto desempeño y Dirección Estratégica de la Comunicación. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el estudiante aplicará la teoría y métodos del Análisis de Redes Sociales para identificar, analizar y describir, estadística y gráficamente, las estructuras relacionales y de interacción social que sustentan los procesos comunicativos en los planos interpersonal, organizacional y social, en escenarios tanto reales como virtuales, con humanismo y disposición y flexibilidad cognitiva.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: La ciencia de las redes (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad, los alumnos conocerán	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales vs. Sitios de redes sociales. 2. Aprender a interpretar un mundo de conexiones. 	5, 2, 3 (Cap. 1,5, 6) 4, 10, 7 (Cap.



los fundamentos teóricos, el desarrollo histórico, los ámbitos de aplicación y la importancia científica de la teoría de redes sociales.	<ol style="list-style-type: none"> 3. El problema del mundo pequeño 4. Características de la ciencia de las redes. 5. Panorama histórico del Análisis de redes sociales (ARS). 6. Análisis de redes y Ciencias Sociales. 7. El Capital Social relacional. 	1),1 (Chap. 1), 8, A,D.
--	--	-------------------------

UNIDAD TEMÁTICA II: Fundamentos del Análisis de Redes Sociales (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Los alumnos conocerán los conceptos básicos del Análisis de redes sociales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los datos del Análisis de Redes Sociales. 2. Grafos y Matrices. 3. Niveles de análisis. 4. Propiedades básicas de redes y actores. 5. Conectividad. 6. Centralidad y poder. 7. Grupos y subestructuras. 	1 (Ch. 2), 3 (Cap. 3,4,7), 6 (Cap. 1-7), 7 (Cap 2-3),15, 16, A, B, C.

UNIDAD TEMÁTICA III: Análisis de Redes y Comunicación (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Los alumnos serán capaces de identificar, elicitar, representar, analizar y describir diferentes tipos de redes desde el campo de la comunicación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redes personales 2. Redes organizacionales e interorganizacionales 3. Redes semánticas 4. Redes de información 5. Redes políticas 6. Social Media Networks (Twitter, LinkedIn, Facebook, etc.) 	7 (Sec. IV-V), 9, 11, 12, 13, 14, A, E.

UNIDAD TEMÁTICA IV: Métodos, recursos y herramientas para el Análisis de Redes (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Los alumnos conocerán diferentes tipos de herramientas informáticas para la captura, análisis y visualización de redes sociales, con el objeto de utilizarlas en su proyecto final.	<ol style="list-style-type: none"> 1. SocioViz 2. Gephi 3. NodeXL 4. Visone 5. EgoNet 6. VennMaker 7. EgoWeb 	Manuales de las diferentes herramientas, foros, etc. Bibliografía específica acorde a los proyectos

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso tiene un alto contenido práctico, por lo cual los fundamentos teóricos y conceptuales serán abordados mediante exposiciones del profesor, complementadas con estrategias de aprendizaje colaborativo y creación de productos comunicativos por parte de los estudiantes. Los alumnos deberán realizar previamente a las sesiones



respectivas, las lecturas encomendadas por el profesor, con el fin de discutir de manera conjunta sus contenidos. Mediante la plataforma institucional serán proporcionados recursos complementarios y también se recibirán los diversos trabajos parciales.

La unidad temática IV, Métodos, recursos y herramientas para el ARS se impartirá de manera transversal desde las primeras semanas del curso, a través de estrategias de auto-aprendizaje dirigido y análisis de casos planteados por el profesor.

El desarrollo del proyecto final del curso, bien sea individual o por equipos, será asesorado y monitoreado por el profesor mediante asesorías individualizadas en las fechas programadas para presentación de avances.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Presentaciones en Teams respaldadas por lecturas previas, resúmenes de lecturas, recursos multimedia a través de la plataforma Moodle, bibliografías complementarias acorde a los proyectos finales, software de ARS, asesorías individualizadas, portafolio de evidencias.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Reportes de lectura y participación en las discusiones	10%
Evaluación parcial	20%
Elaboración de producto de divulgación	20%
Exposición y tutorial de software	20%
Proyecto final	30%
TOTAL	100%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Barabási, A.L. (2016) Network Science. Cambridge University Press. <http://networksciencebook.com>
2. Christakis, N.A., Fowler, J.H. (2010) Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan. Ed. Taurus.
3. Maya Jariego, I., Holgado, D., Molina, J.L. (Eds) (2014) 7 lecturas para iniciarse en el análisis de redes sociales. Una selección de REDES. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales. Madrid: Bubok Publishing. 132 p.
4. Molina, J.L. (2004) La ciencia de las redes. Apuntes de ciencia y tecnología, No. 11, junio 2004. AACTE, España.
5. Domínguez Pozos, F.J., López González, R., Ortega, J.C. (2016) "Hagan un grupo de Facebook para esta clase". ¿De qué hablamos cuando hablamos de redes sociales? Revista Interamericana de Educación de Adultos, vol. 38, núm. 2, julio-diciembre, 2016, pp. 116-126. Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe. Pátzcuaro, México.
6. Hanneman, R.A., Riddle, M. (2000): Introducción a los métodos del análisis de redes sociales. <http://revista-redes.rediris.es/webredes/textos/Introduc.pdf>
7. Easley, D., Kleinberg, J. (2010) Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World. Cambridge University Press.



8. Borgatti, S.P., Mehra, A., Brass, D.J., Labianca, G. (2009) Network Analysis in the Social Sciences. Science 323, 892. American Association for the Advancement of Science. Washington.
9. Monge, P., Contractor, N. (2003) Theories of Communication Networks. Oxford University Press.
10. Ávila Toscano, J.H. (2012) Redes Sociales y Análisis de Redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual. Grupo de Investigación PSICUS, Corporación Universitaria Reformada. Colombia.
11. García-Macías, A., Fortanell, B. (2019) El “mundo pequeño” de la Comunicación en América Latina. Un Análisis de Redes Sociales desde los artículos científicos de la disciplina en SciELO Citation Index. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. Vol. 4, No.28, ene-jul 2018. ALAIC.
12. Maya Jariego, I. (2016) 7 usos del análisis de redes en la intervención comunitaria. REDES. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales, Vol. 27, #2 (2016) pp.1-10
13. García-Macías, A., De León Vázquez, S. (2018) De la comunicación virtual a la interacción presencial: la embeddedness relacional y espacial en la ciudad. Ponencia en el Congreso Mundial “Comunicación, ciudad y espacio público”. Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, Red Mundial de Cátedras UNESCO en Comunicación - ORBICOM. Lima, Perú, 8-10 de mayo de 2018.
14. Himelboim, I. (2017) Social Network Analysis (Social Media). En Matthes, J. (General Editor) The International Encyclopedia of Communication Research Methods. (General Editor). JohnWiley & Sons, Inc. p. 1-15
15. Lozares, C. (1996) La teoría de redes sociales. Papers, 48, 1996. Universidad Autónoma de Barcelona. pp. 103-126
16. Borgatti, S.P., Halgin, D. On Network Theory. Organization Science. Articles in advance. INFORMS. pp. 1-14
17. Pop, J., Milward, H.B., MacKean, G., Caseber, A., Lindstrom, R. (2014) Inter-Organizational Networks. A Review of the literature to inform practice. IBM Center for The Bussiness of Government.

COMPLEMENTARIAS:

- A. Barabási, A.L. (2002) Linked. The new science of networks. Perseus Publishing. Cambridge, Massachusetts.
- B. Degenne, A., Forsé, M. (1999) Introducing Social Networks. Sage Publications.
- C. Brandes, U., Kenis, P., Raab, J. (2005) La explicación a través de la visualización de redes. REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales, Vol.9, #6, Diciembre 2005.
- D. Ramos-Vidal. I., Contreras- Ibáñez, C., García-Macías, A. (2014) México: un eje central en el desarrollo de las redes hispanas. REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales, Vol.25, Pag.49-67.
- E. Molina, J.L. (2011) Los cambios culturales provocados por el software social. Lychnos, Cuadernos de la Fundación General CSIC, No. 07, 2011.
- F. Ariel, Y., Avidar, R. (2015) Information, Interactivity, and Social Media. Atlantic Journal of Communication, 23: 19-30, 2015.