

Guía docente

Gestión de Redes Sociales

Grado, centro y curso académico

GRADO	Comunicación Digital
CENTRO	Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla
CURSO ACADÉMICO	2022-2023

SUMARIO

[1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA](#)

[2. RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA](#)

[3. CONTEXTO](#)

[4. COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN EN LA ASIGNATURA](#)

[5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA](#)

[6. METODOLOGÍA, ACTIVIDADES Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE](#)

[7. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA Y DE SUS COMPETENCIAS](#)

[8. BIBLIOGRAFÍA](#)

[9. CRONOGRAMA](#)

1. Descripción de la asignatura

DENOMINACIÓN OFICIAL	Gestión de Redes Sociales
CÓDIGO IDENTIFICATIVO	403037
CURSO Y SEMESTRE	4º curso. VIII semestre
UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS	Módulo VIII. Estrategias de comunicación y marketing digital
CRÉDITOS ECTS	6
DEPARTAMENTO RESPONSABLE	Ciencias Sociales y de la Salud
CARÁCTER	OB (Obligatoria)
IDIOMA DE IMPARTICIÓN	Castellano
MODELO DE DOCENCIA	C1
NÚMERO DE HORAS DE CLASE QUE SUPONE CADA ACTIVIDAD	- Enseñanzas Básicas (EB): 23 - Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD): 22 - Actividades Dirigidas (AD): 0

2. Responsable de la asignatura

CATEGORÍA	Profesor
NOMBRE COMPLETO	José Santos Santos
EMAIL	psantos@centrosanisidoro.es

3. Contexto

Breve descripción de la asignatura

El desarrollo de Internet y de un tiempo a esta parte de las Redes Sociales como símbolo de la expresión ciudadana, ha traído consigo la democratización del conocimiento o al menos ha aumentado el acceso al mismo. Hoy día las redes más populares: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter o el propio YouTube si hablamos del sector audiovisual, reúnen centenares de millones de seguidores, usuarios y empresas que hacen de las mismas un portal para compartir su información, productos, servicios, etc. En esta asignatura se estudiarán las principales redes sociales, su creación, desarrollo, promoción y mantenimiento final, con el fin de aprender a gestionarlas con eficacia y profesionalidad, infiriendo de ellas un posterior análisis de datos que mejoren la imagen de las mismas y de nuestros clientes. Los profesionales de la Comunicación Digital conocerán previamente las técnicas y parámetros que harán posible dicho estudio. En este sentido, la asignatura pretende dotar al alumno/a de las habilidades y los conocimientos teórico-prácticos fundamentales en relación con la gestión de redes, y así poder aplicarlos a una mejora de los resultados en todo tipo de plataformas digitales.

Objetivos en términos de resultados del aprendizaje

Una vez cursada la asignatura el alumno/a:

- Planifica estrategias de comunicación online para medios digitales.,
- Gestiona redes sociales en Internet.,
- Mejora el posicionamiento de marca y distribución a través de los criterios de redacción pertinentes en el mundo social media.,
- Domina el uso profesional y comercial de las redes sociales.,
- Utiliza los protocolos de programación en el social media, dividiendo su actividad según el perfil de negocio.,
- Mejora el trabajo colaborativo en base al networking.,
- Diseña estrategias de promoción social para las empresas.,
- Entiende la aplicación de las herramientas de la comunicación online, además de la publicidad digital.,

- Genera y administra la identidad digital de empresas e individuos/as. Mejora la reputación online de una empresa o producto.

Prerrequisitos

No procede

Recomendaciones previas a cursar la asignatura

Se recomienda a los alumnos/as leer artículos y bibliografía referidos a estos contenidos, para que de este modo puedan identificar la aplicabilidad de los contenidos tratados en esta materia.

Aportaciones al plan formativo

Esta asignatura está ubicada en el octavo semestre de cuarto curso del Grado en Comunicación Digital, en el Módulo VIII “Estrategias de Comunicación y Marketing Digital”. En ella a lo largo del curso, los alumnos/as deberán adquirir el conocimiento y las habilidades de desarrollo de estrategias para la comunicación/promoción en las redes sociales, así como su gestión y mantenimiento. Esta asignatura tiene una relación directa con estas asignaturas ubicadas en su mismo módulo: “Planificación de los Medios Digitales” e “Identidad Digital y Reputación Online”.

4. Competencias que se desarrollan en la asignatura

a) Competencias básicas

CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.,

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.,

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.,

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.,

CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

b) Competencias generales

CG02. Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales.,

CG08. Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales.,

CG10. Capacidad para comprender, analizar y aplicar la terminología y las distintas técnicas de la comunicación en su vertiente informativa, persuasiva y audiovisual.,

CG13. Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación.,

CG15. Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la comunicación persuasiva.

c) Competencias transversales

CT01. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.,

CT02. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.,

CT03. Resolver problemas y tomar decisiones.,

CT05. Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la consecución de un objetivo común y previo.,

CT07. Adquirir habilidades para liderar un equipo.,

CT09. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.,

CT10. Localizar y gestionar documentación e información.,

CT11. Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial.,

CT13. Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos.,

CT15. Conocer y manejar las nuevas tecnologías de la información.

d) Competencias específicas

CE01. Dominio de las técnicas de promoción a través de las redes sociales.,

CE15. Capacidad para entender los mensajes de los medios sociales teniendo en cuenta los modelos y los contextos de la comunicación, conociendo el impacto de las tecnologías de la comunicación en la cultura colaborativa en la Red.,

CE24. Capacidad para gestionar la comunicación en la Red, particularmente en plataformas de gestión de contenidos y redes sociales.,

CE26. Capacidad y habilidad para la comunicación en entornos multimedia, interactivos y animados.,

CE27. Capacidad de estructurar comunidades virtuales en los social media, aprendiendo las herramientas y tendencias en el tratamiento de personas y datos y programación de contenidos.,

CE28. Capacidad y habilidad para expresarse con eficacia comunicativa, sabiendo aprovechar los recursos hipertextuales, interactivos y visuales que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.,

CE29. Capacidad y habilidad para reconocer y conocer el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación digital y social media.,

CE35. Capacidad para redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional, teniendo en cuenta el nuevo público digital y adaptando los mensajes.

5. Contenidos de la asignatura

1. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

- 1.1. Antecedentes de las comunidades virtuales
- 1.2. Principales redes del siglo XX
- 1.3. Evolución: hacia la profesionalización

2. EL PROFESIONAL DEL SOCIAL MEDIA

- 2.1. Perfiles de usuarios en los medios sociales
- 2.2. Gestores de información social
- 2.3. Tareas y métodos de trabajo
- 2.4. Monitorización y escucha activa

3. REDACCIÓN PARA MEDIOS SOCIALES

- 3.1. Nuevo soporte, nuevo estilo
- 3.2. Netiquetas
- 3.3. Publicación de blogs
- 3.4. Curación de contenidos

4. HERRAMIENTAS Y APLICACIONES SOCIALES DE COMUNICACIÓN

- 4.1. Principales canales social media
- 4.2. Twitter para profesionales
- 4.3. Facebook e Instagram como herramientas de promoción
- 4.4. Redes sociales específicas

5. MÉTODOS DE TRABAJO POR PROYECTOS

- 5.1. Networking
- 5.2. Casos prácticos y modelos de funcionamiento en la actualidad
- 5.3. Perspectivas de futuro

6. Metodología, actividades formativas y recursos para el aprendizaje

Las metodologías docentes quedarían divididas de acuerdo a las actividades formativas, según la Memoria de Verificación y atendiendo a la asignatura, en:

METODOLOGÍAS, ACTIVIDADES FORMATIVAS Y RECURSOS		HORAS	PRESENCIALIDAD
<p>Actividades Presenciales (AP)</p> <p>Clases magistrales/expositivas (AP), Conferencias (AP), Realización de presentaciones en clase (AP), Ejemplificación y estudio de casos (AP), Prácticas de aula (AP), Exposición de trabajos en grupo (AP).</p>	<p>Actividades Básicas (EB)</p> <p>Se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.</p> <p>El estudiante dispondrá en su plataforma virtual de las unidades didácticas proporcionadas por el profesor responsable de la asignatura, material complementario y bibliografía.</p>	23	30%

	<p>Enseñanzas de Prácticas y de Desarrollo (EPD)</p> <p>Se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre prácticas y casos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiante.</p> <p>Se fija como objetivo incrementar el conocimiento práctico de la asignatura. El alumno dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar estas EPD.</p>	22	
<p>Actividades Autónomas (AA)</p> <p>Tutorías programadas (AA), Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA), Portfolios y trabajos supervisados (AA), Preparación de trabajos de curso (AA), Elaboración de proyectos (AA), Revisión de Proyectos (AA), Estudio personal (AA), Realización de actividades prácticas (AA), Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA), Preparación de presentaciones (AA), Campus virtual (AA), Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas.</p>	<p>El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura.</p> <p>El alumno dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar ampliar su conocimiento en estas actividades autónomas, contando con bibliografía y material complementario.</p>	90	0%
<p>Actividades de Evaluación (AE)</p> <p>Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE).</p>	<p>Se realizarán una serie de pruebas orales y/o escritas. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.</p>	15	0%

7. Criterios generales de evaluación de la asignatura y de sus competencias

El sistema de evaluación se regirá conforme a lo establecido por la [Normativa de Evaluación de los Estudiantes de Grado de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, de 3 de junio de 2014.](#)

<p>1ª convocatoria ordinaria (convocatoria de curso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) La calificación de la asignatura se rige por el principio de evaluación continua. b) Las calificaciones obtenidas en las distintas actividades de evaluación continua desarrolladas durante el periodo de docencia presencial se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades realizadas a lo largo de dicho periodo, las cuáles aparecen en el subapartado Sistemas de evaluación. c) La participación en clase se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades asociadas a este apartado y realizadas en clase a lo largo del periodo de docencia. d) La prueba objetiva de evaluación final tendrá la calificación descrita en el sistema de evaluación. e) La calificación de la asignatura será el resultado de sumar ponderadamente las notas anteriores.
<p>2ª convocatoria ordinaria (convocatoria de recuperación de curso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Si el estudiante superó con éxito las tareas desarrolladas durante el periodo de docencia, la prueba o pruebas de evaluación tendrán el mismo valor porcentual que en la convocatoria de curso, y la calificación final de la asignatura será el resultado de sumar las calificaciones obtenidas en las pruebas de evaluación continua con las obtenidas en la prueba o pruebas de evaluación de la convocatoria de recuperación de curso, respetando las ponderaciones que tengan. b) Los alumnos que no hayan seguido el proceso de evaluación continua o no superaron las pruebas de evaluación, en la prueba o pruebas de evaluación finales correspondiente a la convocatoria de recuperación de curso, se les evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuran en la guía docente, a través del formato de prueba única (requiere además de entrega de trabajo que el profesor indicará). c) Los alumnos que no superen la asignatura en las convocatorias ordinarias de curso, deberán matricularse de nuevo de la asignatura y desarrollar la misma siguiendo el

	proceso de aprendizaje y evaluación (continua o prueba única) sin que quepa acudir a convocatoria extraordinaria, salvo lo dispuesto en el apartado siguiente.
Convocatoria extraordinaria	Esta convocatoria es la correspondiente al mes de noviembre, que se activa a petición del alumno siempre y cuando esté matriculado en todas las asignaturas que le resten para finalizar sus estudios de Grado, tal y como establece la Normativa de Progreso y Permanencia de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, así como la Normativa de Evaluación de los alumnos de Grado de dicha Universidad. Se evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuren en la guía docente del curso anterior, de modo que permita obtener el 100% de la calificación correspondiente a la asignatura.

Los estudiantes inmersos en un programa de movilidad o en un programa de deportistas de alto nivel, así como los afectados por razones laborales, de salud grave o por causas de fuerza mayor debidamente acreditadas, tendrán derecho a que en la convocatoria de curso se les evalúe mediante un sistema de evaluación de prueba única. Para ello, deberán comunicar la circunstancia al profesor responsable de la asignatura antes del fin del periodo de docencia presencial.

La evaluación de la asignatura se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, enseñanzas de prácticas y de desarrollo y realización de ejercicios individuales o en equipo. La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

Para evaluar el cumplimiento de las competencias, se dispone de una tabla detalle donde se indica dónde se adquiere cada una de las competencias asociadas a la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN		PORCENTAJES	COMPETENCIAS
PRUEBA OBJETIVA ESCRITA U ORAL		40%	
Contenido	Descripción	Porcentajes	Competencias
Prueba objetiva final	Integra los contenidos de las Unidades Didácticas de la 1 a la 5. Se compone de:	40%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10,

	<ul style="list-style-type: none"> - Preguntas tipo test (40%) - Preguntas de teoría (40%) - Casos prácticos (20%) 		CG13, CG15 CT03, CT09, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35
EVALUACIÓN DE TRABAJOS O PROYECTOS, INDIVIDUALES O EN GRUPO REALIZADOS POR EL ALUMNO DURANTE EL PERIODO DE IMPARTICIÓN DE LA MATERIA		40%	
Contenido	Descripción	Porcentajes	Competencias
Trabajo 01	<p>Elaboración y exposición en público de un Plan de Social Media de una marca en la red. (Plan Estratégico de Comunicación Digital)</p> <p>Modalidad: Individual.</p>	10%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10, CG13, CG15 CT03, CT09, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35
Trabajo 02	<p>Gestión de una marca en Redes Sociales, escribiendo y presentando en un documento distintas publicaciones de interés y creativas. Posteriormente se leerán en público para ejercer la creatividad.</p> <p>Modalidad: grupal.</p>	5%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10, CG13, CG15 CT01, CT02, CT03, CT05, CT07, CT09, CT10, CT11, CT13, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35
Trabajo 03	<p>Análisis y reflexión sobre el futuro de las Redes Sociales.</p> <p>Modalidad: grupal.</p>	5%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10, CG13, CG15 CT01, CT02, CT03, CT05, CT07, CT09, CT10, CT11, CT13, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35
Práctica 04	<p>Gestión 'en directo' de un perfil en Twitter narrando un evento de televisión expuesto durante la clase. Simulación del trabajo "real" de un Community Manager.</p> <p>Modalidad: Individual.</p>	5%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10, CG13, CG15 CT03, CT09, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35

Práctica 05	Exposición en público y análisis en Redes Sociales del antes, durante y después de algún evento nacional televisivo propuesto por el docente. Modalidad: Individual.	5%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10, CG13, CG15 CT03, CT09, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35
Examen 01	Examen / control correspondiente al Tema 1. Modalidad: Individual.	10%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10, CG13, CG15 CT03, CT09, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35
PARTICIPACIÓN EN ENSEÑANZAS BÁSICAS Y ENSEÑANZAS DE PRÁCTICAS Y DESARROLLO		20%	
Contenido	Descripción	Porcentajes	Competencias
Participación en las clases teóricas y prácticas	El porcentaje aplicado en este se establece a partir del siguiente cotejo: - Participación activa en clase y entrega de actividades de aula - Presentación y defensa de propuestas creativas - Asistencia a actividades organizadas en torno a los contenidos de la asignatura	20%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 CG02, CG08, CG10, CG13, CG15 CT03, CT09, CT15 CE01, CE15, CE24, CE26, CE27, CE28, CE29, CE35

Al constituirse la evaluación continua como preferente, y en pos de valorar adecuadamente la adquisición de competencias, la entrega de los ejercicios se registrará por los siguientes criterios:

- La vía y modo de entrega será determinado específicamente en la ficha de descripción del ejercicio en cuestión, disponible en el Campus Virtual G Workspace, en cada asignatura. Se establece en todos los casos una fecha de entrega concreta, variable según la carga del curso. No se podrán entregar los ejercicios fuera de fecha.
- Para superar la asignatura, será imprescindible aprobar las distintas partes que la componen y acaban de ser descritas en el sistema de evaluación.

8. Bibliografía

Bibliografía básica

Díaz Llairó, Amparo. El Talento está en la red. Editorial LID
Guembe, Javier. Twitter para dummies. Grupo Planeta. 2011
Moreno, Manuel. La enciclopedia del Community Manager. Ediciones Deusto. 2018
Orihuela, José Luis. Mundo Twitter. Editorial Alienta. 2011
Polo, Fernando y Juan Luis. #Socialholic. Editorial: Gestión 2.000
Redondo, María y Rojas, Pedro. Cómo monetizar las redes sociales. Editorial LID. 2021

Bibliografía específica

Almeida, Rafaela. Influencers, la nueva tendencia del Marketing online. Editorial Base. 2017
De Benito, Iván. Facebook Ads instant. Editorial Iván de Benito. 2016
Díaz, Luis. Soy Marca. Editorial Profit Editorial
Moreno, Manuel. El gran libro del Community Manager. Editorial Gestión 2000
Moreno, Manuel. Yo también la lié parda en Internet. Editorial Alienta. 2016
Rebate, Carlos. Influencers. Editorial Empresa Activa
Rodríguez Fernández, Óscar. Curso de Community Manager. Editorial Anaya Multimedia
Santos Santos, Pepe. Artículos y entrevistas 2.0 publicadas en Diario de Sevilla.
https://www.dariodesevilla.es/pepe_santos/
Barreda Coy, Sergio. Vivir de las Redes. Editorial Alienta.
González, Phil. Instagram y todos sus secretos. Editorial Photo Club.
De Haro, Guillermo y Gómez, Loreto. El poder de las redes sociales para pymes y startups.
Editorial Libros.com. 2020.
Sanagustín, Eva. Marketing de contenidos. Editorial Social Business. 2020

La comunidad educativa del Centro Universitario San Isidoro, adscrito de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla, cuenta con su propio [catálogo online](#) de recursos en el Centro, y te facilita la lectura de manuales, monografías y artículos completos de la Biblioteca Digital de la UPO.

- Plataformas de lectura: [OLABOOK](#) y [ELIBROS](#)
- Herramienta de búsqueda simultánea: [EUREKA](#)

9. Cronograma

SEMANA	U.D.	MODALIDAD		DESCRIPCIÓN
		E.B.	E.P.D.	
01	0/1	x		Presentación general de la asignatura: contenidos, metodología, sistema de evaluación Exposición teórica y debates sobre el tema 1
02	1	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 1
03	1	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 1
04	1	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 1
05	2	x	x	Exposición teórica y debates sobre el tema 2. Trabajo 03: Análisis y reflexión sobre el futuro de las Redes Sociales. Modalidad: grupal.
06	2	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 2 Examen correspondiente al Tema 1. Modalidad: Individual.
07	2	x	x	Exposición teórica y debates sobre el tema 2 Trabajo 04: Gestión 'en directo' de un perfil en Twitter narrando un evento de televisión expuesto durante la clase. Simulación del trabajo "real" de un Community Manager. Modalidad: Individual.
08	2	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 2
09	2	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 2
10	2	x	x	Exposición teórica y debates sobre el tema 2 Práctica 05: Exposición en público y Análisis en Redes Sociales del antes, durante y después de algún evento nacional televisivo propuesto por el docente. Modalidad: Individual.
11	3	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 3 Trabajo 02: Gestión de una marca en Redes Sociales,

				escribiendo y presentando en un documento distintas publicaciones de interés y creativas. Posteriormente se leerán en público para ejercer la creatividad.
12	4	x	x	Trabajo 01: Exposición teórica y debates sobre el tema 4. Elaboración y exposición en público de un Plan de Social Media de una marca en la red. (Plan Estratégico de Comunicación Digital)
13	4	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 4
14	5	x		Exposición teórica y debates sobre el tema 5
15	1-5	x	x	Recopilación de conceptos más importantes y resolución de dudas

U.D.: Unidad Didáctica / **E.B.:** Enseñanzas Básicas / **E.P.D.:** Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo