



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**XARXES SOCIALS**

Coordinació: TEIXIDO PAU, JOAN

Any acadèmic 2022-23

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	XARXES SOCIALS			
<b>Codi</b>	102177			
<b>Semestre d'impartició</b>	1R Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
<b>Caràcter</b>	<b>Grau/Màster</b>	<b>Curs</b>	<b>Caràcter</b>	<b>Modalitat</b>
	Grau en Disseny Digital i Tecnologies Creatives	1	TRONCAL/BÀSICA	Presencial
<b>Nombre de crèdits assignatura (ECTS)</b>	6			
<b>Tipus d'activitat, crèdits i grups</b>	<b>Tipus d'activitat</b>	PRALAB		TEORIA
	<b>Nombre de crèdits</b>	3		3
	<b>Nombre de grups</b>	2		1
<b>Coordinació</b>	TEIXIDO PAU, JOAN			
<b>Departament/s</b>	INFORMÀTICA I ENGINYERIA INDUSTRIAL			
<b>Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant</b>	Durant el curs es combinaran les classes magistrals amb les classes pràctiques. A les primeres, els alumnes assoliran les competències teòriques que aplicaran posteriorment a les classes pràctiques. Hi haurà lectures obligatòries que l'alumne haurà de realitzar, a més de dos treballs pràctics i dos examens. L'alumne realitzarà el treball autònom en hores no presencials.			
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.			
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Les classes s'impartiran en català.			
<b>Distribució de crèdits</b>	1 crèdit equival a 25 hores de treball de l'estudiant 6 crèdits són 150 hores			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
TEIXIDO PAU, JOAN	joan.teixido@udl.cat	9	

## Objectius acadèmics de l'assignatura

**Els objectius d'aprenentatge d'aquesta assignatura es basen en:**

- Identificar i conèixer les xarxes socials i les seves tendències d'ús.
- Conèixer el funcionament de les diferents xarxes socials: horitzontals, verticals i professionals.
- Conèixer l'evolució i història de les xarxes socials
- Aplicar i utilitzar les xarxes socials per descobrir totes les possibilitats que ofereixen per la comunicació social i pel comerç electrònic.
- Gestionar de forma integrada les diferents xarxes socials i les seves aplicacions.
- Analitzar i monitoritzar les mètriques, coneixent els aspectes clau tant teòrics com pràctics amb les eines i instruments del network anàlisis.

## Competències

**Competències bàsiques i transversals:**

- CB1. Capacitat per comprendre i dominar els conceptes en la seva àrea d'estudi que parteix de l'educació secundària general, i que s'acostuma a trobar a un nivell que, si bé es basa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements de la vanguardia del seu camp d'estudi.
- CT1. Adquirir una adequada comprensió i expressió oral i escrita del català i del castellà.
- CT3. Adquirir capacitat en l'ús de les noves tecnologies i de les tecnologies de la informació i comunicació.

**Competències generals:**

- CG1. Habilitat per crear i desenvolupar respostes a problemes de comunicació pels diferents continguts digitals.
- CG3. Habilitat per respondre a contextos propis d'entorns digitals reconeixent factors físics, cognitius, culturals i socials que emmarquen decisions de disseny.
- CG6. Entendre, comprendre, saber interactuar i satisfer les necessitats dels nous clients en contextos digitals.
- CG7. Capacitat d'anàlisi i desenvolupament de tecnologies digitals per la visualització de la informació.

**Competències específiques:**

- CE2. Gestionar xarxes socials així com, moderar i desenvolupar comunitats virtuals.
- CE3. Dominar la tècnica de comerç electrònic en la xarxa i de la generació de tràfic cap a pàgines web.
- CE5. Comprendre i gestionar el concepte de reputació digital en el context de les xarxes socials.
- CE8. Capacitat per la creació i explotació de mons virtuals, i per la creació, gestió i distribució de continguts multimèdia.
- CE9. Conèixer les metodologies, programes, tècniques, normes i estàndards, i ser capaç d'utilitzar la base de coneixement adquirida amb elements específics de desenvolupament web.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

**TEMA 1:** Comunitats virtuals: història, evolució i estat actual

**TEMA 2:** Xarxes socials: conceptes, reptes, funcionament.

**TEMA 3:** Impacte, reputació, mètriques i anàlisi

**TEMA 4:** Disseny gràfic aplicat a les xarxes socials

**TEMA 5:** Publicitat i màrqueting a les xarxes

## Eixos metodològics de l'assignatura

Cada setmana l'estudiant assisteix a 2 hores presencials amb **Grup Gran** i 2 hores presencials amb **Grup Mitjà**. Les sessions amb Grup Mitjà s'imparteixen al laboratori.

### Grups Grans: Classes Teoria i Problemes (3 crèdits)

- **Part teòrica:** classes suportades amb transparències i/o apunts.
- **Part d'aplicació pràctica:** treball pràctic de conceptes teòrics explicats.

### Grups Mitjans: Classes Laboratori (3 crèdits)

- Classes dirigides i seguiment personalitzat per grups de pràctiques.

### Treball Autònom (no presencial):

- La pràctica es completarà en hores No Presencials. A les sessions de Grup Mitjà es dona suport a les pràctiques obligatòries que ha de desenvolupar l'estudiant al llarg de l'assignatura de forma autònoma.

## Pla de desenvolupament de l'assignatura

Sem	Descripció	Activitat presencial GG	Activitat presencial GM	Treball autònom
1a	Presentació de l'assignatura			
2a	Història	Història i antecedents	Gestió professional completa de Facebook	Preparació del treball grupal
3a	Teoria	Conceptes teòrics del món 2.0	Gestió professional completa de Twitter	Preparació del treball grupal
5a	Xarxes i relacions	Economia col·laborativa, nous perfils laborals	Gestió professional completa de les altres xarxes	Preparació del treball grupal
6a		Presentacions	Eines d'anàlítica i mètriques	
8a		Presentacions	Disseny gràfic aplicat a les xarxes socials	
9a	Examen parcials	Examen parcials		
11a	eBusiness	Màrqueting i comerç electrònic	Gestió del màrqueting	Preparació del treball grupal
12a	Mètriques	Mètriques	Eines i mètriques del màrqueting	Preparació del treball grupal
14a		Exposicions	Conflictes i bones pràctiques	Preparació del treball grupal

16-17a	Examen final	Examen final		
19a	Exàmens recuperació	Exàmens recuperació		

## Sistema d'avaluació

Acrònim	Activitats d'Avaluació	Ponderació	Nota Mínima	En grup	Obligatòria	Recuperable
P1	Examen 1er Parcial	20%	NO	NO	SI	SI
P2	Examen 2on Parcial	30%	4	NO	SI	SI
PRA1	Pràctica 1	15%	NO	SI	SI	SI
PRA2	Pràctica 2	35%	4	SI	SI	SI
Per aprovar l'assignatura és necessari obtenir la nota mínima de 4 tant a les proves escrites com a les pràctiques. A més, la nota final haurà de ser $\geq 5$ .						
<b>Nota Final = 0,20*P1 + 0,30*P2 + 0,15*PRA1 + 0,35*PRA2</b>						

## Bibliografia i recursos d'informació

- Caldevilla, David (2013, abril). «Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0». CIC Cuadernos de Información y Comunicación
- Christakis, Nicholas. «Conectados». 2012
- Rodríguez, Imma. «Màrketng Digital y comercio electrónico». 2015
- Pérez Latre, Franciso. «La publicidad y los medios». 2012
- Ries, Eric. «El método Lean Startup». 2014
- Scolari, Carlos. «Hipermediaciones». 2012
- Pardo Kuklinski, Hugo. «Geekonomía». 2010
- Entertainment and Media Outlook 2015-2019. España [Estudi] (2015). Price Waterhouse Coopers
- Núñez, Patricia (et at.) (2013, abril). «Profesionales digitales en publicidad y comunicación. Una aproximación a las necesidades del mercado laboral». CIC Cuadernos de Información y Comunicación
- Brandmaniac. Buenas prácticas con influencers - <http://goo.gl/aVAaO>
- ElEconomista. Ventajas y desventajas del crowdfunding. - <http://goo.gl/yX5dzq>
- Google. ¿Qué es el rich media? - <http://goo.gl/61N0xS>
- IAB. Inversión publicitària en Medios Digitales (2015). - <http://goo.gl/TPEYCI>
- Infotechnology. Los medios contra Google: cómo es el escenario de la publicidad digital en Argentina - <http://goo.gl/E024X5>
- PuroMarketing. Publicidad Rich Media: el impacto e interacción entre usuarios y marcas. - <http://goo.gl/IOuUEr>