



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
**VALORITZACIÓ DE DADES
SOCIALS**

Coordinació: FERNANDES , JULIANA

Any acadèmic 2022-23

Informació general de l'assignatura

Denominació	VALORITZACIÓ DE DADES SOCIALS											
Codi	102186											
Semestre d'impartició	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA											
Caràcter	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Grau/Màster</th> <th>Curs</th> <th>Caràcter</th> <th>Modalitat</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grau en Disseny Digital i Tecnologies Creatives</td> <td>2</td> <td>OBLIGATÒRIA</td> <td>Presencial</td> </tr> </tbody> </table>			Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat	Grau en Disseny Digital i Tecnologies Creatives	2	OBLIGATÒRIA	Presencial	
Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat									
Grau en Disseny Digital i Tecnologies Creatives	2	OBLIGATÒRIA	Presencial									
Nombre de crèdits assignatura (ECTS)	6											
Tipus d'activitat, crèdits i grups	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipus d'activitat</th> <th>PRALAB</th> <th>TEORIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nombre de crèdits</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Nombre de grups</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>			Tipus d'activitat	PRALAB	TEORIA	Nombre de crèdits	3	3	Nombre de grups	2	1
Tipus d'activitat	PRALAB	TEORIA										
Nombre de crèdits	3	3										
Nombre de grups	2	1										
Coordinació	FERNANDES , JULIANA											
Departament/s	ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES											
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	<p>Durant el curs es combinaran classes magistrals virtuals amb classes pràctiques en el laboratori.</p> <p>A les classes magistrals els estudiants adquiriran coneixements teòrics que després s'aplicaran en el laboratori.</p> <p>Els alumnes hauran de resoldre estudis de casos, combinats amb lectures i el desenvolupament i presentació de treball que hauran de realitzar durant tota l'assignatura a mesura que es vagin desenvolupant els continguts. Els alumnes hauran de realitzar treball autònom en les hores no presencials.</p>											
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.											
Idioma/es d'impartició	Català, Castellà, Anglès.											
Distribució de crèdits	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
FERNANDES , JULIANA	juliana.fernandes@udl.cat	3	
MARTÍ OCHOA, JULIA LORENA	julia.marti@udl.cat	6	

Objectius acadèmics de l'assignatura

- Desenvolupar el pensament crític a la presa de decisió en les estratègies de màrqueting
- Conèixer els tipus i formats de les dades socials.
- Conèixer les eines per a la gestió de les dades.
- Saber discriminar la qualitat de les dades socials.
- Saber la funció de l'API, Log, Bot i Cookies.
- Entendre l'ús de la infografia com eina de comunicació de les dades.
- Establir patrons de navegació de dades.

Competències

Bàsiques

CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

Generals

CG1. Habilitat per crear i desenvolupar respostes a problemes de comunicació per als diferents continguts digitals.

CG7. Capacitat d'anàlisi i desenvolupament de tecnologies digitals per a la visualització de la informació.

Específiques

CE1. Sistematitzar i utilitzar la informació extreta de dades socials i coneixements adquirits de les xarxes socials, afegint valor als resultats obtinguts.

CE4. Ser capaç d'analitzar els resultats obtinguts en els diferents passos d'un pla de màrqueting, utilitzant tècniques de visualització de dades.

CE11. Saber visualitzar i comunicar visualment la informació mitjançant el domini de les tècniques pròpies de l'expressió gràfica, sabent presentar els resultats en base a cànons estètics.

Transversals

CT3. Adquirir capacitació en l'ús de les noves tecnologies i de les tecnologies de la informació i la comunicació.

Continguts fonamentals de l'assignatura

- **Mòdul 1: Introducció**

- La dada i la seva funció
- L'abans i després de l'era digital
- Informació és poder: exemples de l'ús de la informació en diferents sectors

• **Mòdul 2: Data Mining**

- Què és data mining
- L'ètica en l'ús de les dades. Entenent la LGPD
- La funció de l'API, Log, Bot i cookies
- Com funcionen els cercadors i el seu algoritme
- Fonts de dades de les xarxes socials: Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest i altres més

• **Mòdul 3: Data Analysis**

- Què és data analysis
- Classificació i emmagatzematge de dades
- Eines per mesurar i monitorar els resultats
- Identificació de tendències i patrons

• **Mòdul 4: Pla de mesurament**

- Fonaments del pla de mesurament
- Fases de el pla de mesurament
- Objectius i estratègies de negoci
- Identificació de KPIs
- Mètriques i dimensions d'adquisició
- Definició de calendari de monitorització

• **Mòdul 5: Visualització de dades**

- Fonaments de el pla de visualització
- Definició d'especificacions d'informes
- Desenvolupament i presentació de gràfics
- Desenvolupament d'infografies
- Eines de presentació de dades

Eixos metodològics de l'assignatura

1. Classes magistrals

2. Pràctiques

3. Treball en grup

4. Lectures

Els estudiants assistiran setmanalment a sessions teòriques i pràctiques. L'assignatura està dividida en 5 grans temes.

A les classes teòriques dels estudiants adquiriran els coneixements teòrics mitjançant classes magistrals i estudi de casos.

Les classes pràctiques estan destinades a l'aplicació dels coneixements adquirits en les classes magistrals mitjançant projectes, lectures i estudi de casos.

El treball autònom de l'estudiant consisteix en la preparació de treballs, lectura de llibres recomanat i resolució d'estudis de casos de les sessions teòriques i en l'execució dels projectes de caràcter aplicat.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Semana	Tema	Evaluación
Setmana 1	Introducció	
De la 2 a la 4	Data Mining	Resolució de cas pràctic
De la 5 a la 8	Data Analysis	Resolució de cas pràctic
Setmana 9	Examen parcial	
De la 10 a la 13	Pla de Mesurament	Resolució de cas pràctic
De la 14 a la 15	Visualització de dades	Resolució de cas pràctic
Setmana 16	Selectivitat	
Setmana 17	Exàmens – Projecte Final	
Setmana 18	Tutories	
Setmana 19	Exàmenes	

Sistema d'avaluació

Nº	Sistemes d'avaluació	Ponderació mínima	Ponderació màxima
1	Avaluació continuada	80%	100%

Bibliografia i recursos d'informació

- Social Media Mining: An Introduction, Reza Zafari, Mohammad Ali Abbfasi, Huan Liu
- Mining Social Media: Finding Stories in Internet Data, Lam Thuy Vo
- Mining the Social Web, Matthew A. Russell
- Data Analytics. Mide y Vencerás, Iñaki Gorostiza Esquerdeiro, Asier Barainca Fontao
- Google Analytics. Mide Y Vencerás, Iñaki Gorostiza Esquerdeiro, Asier Barainca Fontao
- <https://www.houseofbots.com/news-detail/11973-1-clarifying-differences-between-data-analysis-data-mining-data-science-machine-learning,-and-big-data>
- Hootsuite
- We are social

- Connect & Sell
- IBM Buyers
- McKinsey
- Think with Google