



GUIA DOCENT
XARXES SOCIALS

Coordinació: MARTIN FUENTES, EVA

Any acadèmic 2017-18

Informació general de l'assignatura

Denominació	XARXES SOCIALS			
Codi	14282			
Semestre d'impartició	1R Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials	1	OBLIGATÒRIA	Semipresencial
Nombre de crèdits ECTS	6			
Grups	1GG			
Crèdits teòrics	0			
Crèdits pràctics	0			
Coordinació	MARTIN FUENTES, EVA			
Departament/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESES			
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	10% Presencial (15 hores) 90% No presencial (135 hores)			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	20% Castellà 80% Anglès			
Distribució de crèdits	Eva Martin Fuentes 4,5 Malcolm Baim 0,5 Lasse Rouhiainen 1			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
MARTIN FUENTES, EVA	eva@aegern.udl.cat	4,5	Horaris a convenir per correu electrònic
BAIN , MALCOLM	malcolm.bain@id-lawpartners.com	,5	
ROUHIAINEN , LASSE PETTERI	lasserouhi@gmail.com	1	

Informació complementària de l'assignatura

L'assignatura de Xarxes Socials està emmarcada en el mòdul de màrqueting de mitjans socials, juntament amb les matèries d' "e-Màrqueting", "Social Media Commerce", "Recursos web i Tecnologies mòbils" i "Reputació online i marca personal en entorns digitals".

L'assignatura de Xarxes Socials incidirà en el domini de l'ús de les possibilitats tecnològiques, especialment dels mitjans socials, desenvolupant temes com la privacitat a Internet, les estratègies de promoció en xarxes socials, els automatismes i el monitoratge dels continguts.

Objectius acadèmics de l'assignatura

Diferenciar i saber utilitzar els diferents tipus de xarxes socials per a fins de màrqueting.
 Crear un pla estratègic de comunicació a través de xarxes socials.
 Monitoritzar, avaluar i dinamitzar les diferents xarxes socials.
 Adquisició d'habilitats bàsiques i procedimentals relacionades amb les xarxes socials objecte d'estudi.

Competències

Bàsiques

- CB1 Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca
- CB2 Saber aplicar els coneixements adquirits i tenir capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi
- CB3 Ser capaç d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
- CB4 Saber comunicar les conclusions -i els coneixements i raons últimes que les sustenten- a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats
- CB5 Posseir les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autòdrida o autònoma

Generals

- CG1 Analitzar i sintetitzar idees, dades i continguts
- CG2 Organitzar i planificar recursos i persones
- CG3 Treballar en equip i liderar
- CG4 Raonar i avaluar de forma crítica
- CG5 Assegurar la qualitat
- CG6 Treballar i aprendre de forma autònoma
- CG7 Aplicar el coneixement a la pràctica
- CG8 Prendre decisions estratègiques que tinguin en compte els condicionants econòmics, culturals, socials i polítics específics.
- CG9 Expressar-se correctament de manera oral i escrita
- CG10 Dominar una llengua estrangera
- CG11 Dominar les TIC
- CG12 Respectar els drets fonamentals

Específiques

- CE1 Implementar de manera efectiva les eines tecnològiques per desenvolupar projectes de màrqueting de mitjans socials.
- CE4 Desenvolupar un pla estratègic de comunicació digital i de promoció de marca en mitjans socials.
- CE5 Emprar tàctiques i tècniques per a la participació i dinamització de comunitats virtuals.
- CE7 Mesurar i millorar la reputació en línia en entorns digitals, especialment en mitjans socials

Continguts fonamentals de l'assignatura

1. Les xarxes socials: característiques i funcionalitats
2. Privadesa a Internet.
3. Intercanvi de coneixement en les xarxes socials

4. Desenvolupament d'un pla de comunicació en xarxes socials
5. Estratègies per a la promoció a les xarxes socials
6. Automatismes a les xarxes socials: beneficis, perills, ús pràctic i eines
7. Monitorització: beneficis, perills, ús pràctic i eines
8. Avaluació de l'estratègia de xarxes socials

Eixos metodològics de l'assignatura

Es combinaran les classes teòriques, amb les classes pràctiques, per treballar tot el contingut de forma completa.

A més, es planteja diferents activitats per desenvolupar el treball autònom de l'estudiant aplicant tot allò explicat a classe i treballat fora de l'aula (tant individualment com en grup).

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Dates	Descripció	Presencial	HTP (2) (Hores)	Treball autònom
Primera sessió	Presentació assignatura Temes 1, 2 i 3	Atenció a l'exposició	4	Captura del programa i bibliografia Estudi dels materials Cas pràctic
Segona sessió	Temes 4 i 5	Atenció a l'exposició	4	Estudi dels materials Cas pràctic
Tercera sessió	Temes 6, 7 i 8	Atenció a l'exposició	4	Estudi dels materials Cas pràctic
Quarta sessió	Presentació treballs	Presentació treball i atenció a les exposicions	3	Estudi dels materials Finalització del treball i preparació de la presentació

(2)HTP = Hores de Treball Presencial

(3)HTNP = Hores de Treball No Presencial

Sistema d'avaluació

Sistemes d'avaluació	Ponderació
Prova pràctica	25%
Prova pràctica	25%
Treball final	25%
Presentació oral projecte	15%
Participació/assistència en sessions presencials teòriques i pràctiques	10%

Bibliografia i recursos d'informació

Es facilitarà bibliografia i recursos d'informació complementaris i específics al llarg de l'assignatura.