



GUIA DOCENT  
**REPUTACIÓ ONLINE I MARCA  
PERSONAL EN ENTORNS  
DIGITALS**

Coordinació: ROCA TORRUELLA, XAVIER

Any acadèmic 2021-22

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	REPUTACIÓ ONLINE I MARCA PERSONAL EN ENTORNS DIGITALS			
<b>Codi</b>	14285			
<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>
	Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials	1	OBLIGATÒRIA	Semipresencial
<b>Nombre de crèdits assignatura (ECTS)</b>	6			
<b>Tipus d'activitat, crèdits i grups</b>	<b>Tipus d'activitat</b>	PRAULA	TEORIA	
	<b>Nombre de crèdits</b>	3.5	2.5	
	<b>Nombre de grups</b>	1	1	
<b>Coordinació</b>	ROCA TORRUELLA, XAVIER			
<b>Departament/s</b>	ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES			
<b>Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant</b>	(10% ) 15h presencials (90%) 135h treball autònom			
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.			
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Anglès/Castellà			
<b>Distribució de crèdits</b>	Xavier Roca Torruella 3,3 Eduard Cristóbal Fransi 2,7			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
ROCA TORRUELLA, XAVIER	xavi.roca@udl.cat	6	

## Informació complementària de l'assignatura

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

La matèria de Reputació online i marca personal en entorns digitals estudia com la gestió de la marca personal pot treure el màxim partit dels canals digitals. Estem vivint una autèntica revolució digital que està canviant radicalment les regles de joc de la majoria de sectors d'activitat i de negocis. També està permetent que les persones i els professionals tinguin al nostre abast eines de comunicació que fa uns anys estaven només en mans de grans empreses i institucions. Veurem com les persones i professional podem utilitzar eficientment aquests canals digitals. Treballarem temes com les pàgines web i els blogs. També aprendrem a com millorar el posicionament online de la marca personal amb tècniques SEO/SEM. Coneixerem les principals xarxes socials per potenciar la marca personal. Finalment ajudarem a gestionar tota la presència de la marca personal en el món online, com avaluar periòdicament la influència social, fer un acurat seguiment de la reputació online i alhora gestionar-ho de forma eficient utilitzant eines que faciliten la presència online de les marques personals.

## Objectius acadèmics de l'assignatura

Al finalitzar aquesta assignatura l'estudiant ha de saber:

- Entendre el concepte de reputació digital i els seus elements fonamentals.
- Dissenyar l'estratègia pe a construir una adequada reputació digital.
- Conèixer formes d'auditoria i autoanàlisis de la reputació digital.
- Entendre el concepte de marca, els seus pilars i els beneficis de tenir una bona marca
- Comprendre el concepte i gestió de la marca personal
- Utilitzar les eines de màrqueting 2.0 per a comunicar la proposta de valor de la marca personal.

## 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 seves 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 autodirigit o autònom.

## 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 forma oral i escrita

CG10 Dominar una llengua estrangera

CG11 Dominar les TIC

CG12 Respectar els drets fonamentals

## Específiques

CE5 Emprar tàctiques i tècniques per a la participació i dinamització de comunitats virtuals.

CE7 Mesurar i millorar la reputació online en entorns digitals, especialment en mitjans socials.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

1. El concepte de marca personal:

- a. Marca personal o *personal branding*
- b. Història del *personal branding*
- c. Avantatges de tenir una bona marca personal

2. La gestió de la teva marca personal:

- a. Autoconeixement
- b. Estratègia
- c. Comunicació

3. Elaboració del missatge

4. Definició del públic objectiu de l'acció de comunicació

5. Eines de màrqueting digital (web/blog personal, xarxes socials, SEO/SEM, email màrqueting...)

6. Mesura i gestió de la reputació digital

## Eixos metodològics de l'assignatura

- Classe magistral teòrica

- Classe pràctica
- Seminaris/ taller/ conferència
- Tutories
- Treballs individuals i en grup
- Treball i estudi autònom

## Pla de desenvolupament de l'assignatura

Dates (Setmanes)	Descripció:	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (Hores)
Primera Sessió	Presentació assignatura Temes 1 i 2	Atenció a l'exposició	4	Captura del programa i bibliografia Estudi dels materials	35
Segona Sessió	Temes 3 i 4	Atenció a l'exposició	4	Cas pràctic: creació del missatge personal i definició del públic obj.	35
Tercera Sessió	Temes 5 i 6	Atenció a l'exposició	4	Cas pràctic: definició de l'estratègia de marketing digital	35
Quarta Sessió	Presentació i lliurament de treballs	Atenció a les exposicions i presentació dels treballs	3	Estudi dels materials Finalització del treball, i preparació de l'exposició	30

(2)HTP = Hores de Treball Presencial

(3)HTNP = Hores de Treball No Presencial

## Sistema d'avaluació

L'avaluació té en compte:

- Assistència a les sessions presencials de classe i participació activa en els exercicis que es realitzin a classe (25%).
- Lliurament de les activitats encomanades en temps i forma (20%)
- Realització i presentació d'un treball final sobre marca personal i reputació online (30%)
- Una prova escrita sobre el contingut de l'assignatura (25%)

## Bibliografia i recursos d'informació

Llibre de referència: Desmárcate – desarrolla con éxito tu marca personal.

30 minutos para venderse bien. Tony Atherton (Granica)

50 claves para hacer de usted una marca. Tom Peters (Deusto)

Construya su Marca Personal. Eleri Sampson (Gedisa)

Construyendo la propia marca. Manuel Schneer (Granica)

Expertología. Andrés Pérez Ortega (Alienta)

Marca Personal. Andrés Pérez Ortega (ESIC)

Marca Personal para Dummies. Andrés Pérez Ortega (Para Dummies)

Sea su propia marca. David McNally / Karl D. Speak (Gestión 2000)

Te van a oír. Andrés Pérez Ortega (Alienta)

Tu Marca Personal. Hubert K. Rampersad (LID)

Tú Marca Personal. Roberto Álvarez del Blanco

Tu marca Profesional. Fabian Gonzalez H (Plataforma Editorial)

Usted S.A.. Inés Temple. (Norma)

USTED S.A.. William Bridges (Grijalbo)

Y tú, ¿qué marca eres?. Neus Arqués (Alienta)

Yo 2.0. Dan Schawbel (Conecta)

Llibres en anglès:

5 Steps to a Powerful Personal Brand. Sherri Thomas

Be Your Own Brand. David McNally / Karl D. Speak

Become the brand of choice. Jason Hartman (HM)

Brain tattoos. Karen Post (AMACOM)

Brand Yourself. David Andrusia / Rick Haskins (BB)

Branding Yourself. Erik Deckers / Kyle Lacy (QUE)

Branding yourself. Mary Spillane (PAN)

Build your own life brand. Stedman Graham (FP)

Career Distinction. William Arruda / Kirsten Dixson (WILEY)

Creative Personal Branding. Jürgen Salenbacher

Crush It. Gary Vaynerchuk

Get what you deserve!. Jay Levinson / Seth Godin (Avon books)

How to sell yourself. Arch Lustberg (Career Press)

How you are like shampoo for job seekers. Brenda Bence (Global Insight)

How You are Like Shampoo. Brenda Bence (Global Insight)

Make a Name for Yourself. Robin Fisher Roffer (Broadway)

Managing brand me. Thomas Gad / Anette Rosencreutz (Pearson)

Managing brand you. Jerry S. Wilson / Ira Blumenthal (Amacom)

May I have your attention. Chris Hilicki

Me 2.0. Dan Schawbel (Kaplan)

Personal Publicity Planner. Marion E. Gold (Brittany Publications)

Personal Branding for Dummies. Susan Chritton

Red Fire Branding. Liz Goodgold

Rockable Personal Branding. Skellie

Stand Out!. Simon Vetter

The 10Ks of Personal Branding. Kaplan Mobray (i Universe)

The brand called you. Peter Montoya / Tim Vandehey (Personal Branding Press)

The Brand YU Life. Hajj E. Flemings

The Complete Idiot's Guide to Branding Yourself. Sherry Beck Paprocki / Ray Paprocki (Alpha)

The Female Brand. Catherine Kaputa

The Leader's Edge. Susan Hodgkinson (i Universe)

The Personal Branding Phenomenon. Peter Montoya (Personal Branding Press)

The Power of Personal Branding. Tim O'Brien (MP)

U R a Brand. Catherine Kaputa (DB PUBLISHING)

You, Inc.. Harry Beckwith / Christine Clifford Beckwith (Warner Business Books)