



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE  
**VALORIZACIÓN DE DATOS  
SOCIALES**

Coordinación: FERNANDES , JULIANA

Año académico 2022-23

## Información general de la asignatura

<b>Denominación</b>	VALORIZACIÓN DE DATOS SOCIALES											
<b>Código</b>	102186											
<b>Semestre de impartición</b>	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA											
<b>Carácter</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Grado/Máster</th> <th>Curso</th> <th>Carácter</th> <th>Modalidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grado en Diseño Digital y Tecnologías Creativas</td> <td>2</td> <td>OBLIGATORIA</td> <td>Presencial</td> </tr> </tbody> </table>			Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad	Grado en Diseño Digital y Tecnologías Creativas	2	OBLIGATORIA	Presencial	
Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad									
Grado en Diseño Digital y Tecnologías Creativas	2	OBLIGATORIA	Presencial									
<b>Número de créditos de la asignatura (ECTS)</b>	6											
<b>Tipo de actividad, créditos y grupos</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de actividad</th> <th>PRALAB</th> <th>TEORIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Número de créditos</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Número de grupos</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>			Tipo de actividad	PRALAB	TEORIA	Número de créditos	3	3	Número de grupos	2	1
Tipo de actividad	PRALAB	TEORIA										
Número de créditos	3	3										
Número de grupos	2	1										
<b>Coordinación</b>	FERNANDES , JULIANA											
<b>Departamento/s</b>	ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES											
<b>Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante</b>	<p>Durante el curso se combinarán clases magistrales virtuales con clases prácticas en el laboratorio.</p> <p>En las clases magistrales los estudiantes adquirirán conocimientos teóricos que después aplicarán en el laboratorio. Los alumnos deberán resolver estudios de casos, combinados con lecturas y el desarrollo y presentación de un plan de marketing, que deberán realizar durante toda la asignatura a medida que van desarrollando los contenidos.</p> <p>Los alumnos deberán realizar trabajo autónomo en las horas no presenciales.</p>											
<b>Información importante sobre tratamiento de datos</b>	Consulte <a href="#">este enlace</a> para obtener más información.											
<b>Idioma/es de impartición</b>	Castellano, Catalán, Inglés.											
<b>Distribución de créditos</b>	1 crédito equivale a 25 horas de trabajo del estudiante. 6 créditos son 150 horas.											

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
FERNANDES , JULIANA	juliana.fernandes@udl.cat	3	
MARTÍ OCHOA, JULIA LORENA	julia.marti@udl.cat	6	

## Objetivos académicos de la asignatura

- Desarrollar el pensamiento crítico para la toma de decisión en las estrategias de marketing.
- Conocer los tipos y formatos de los datos sociales.
- Conocer las herramientas para la gestión de los datos.
- Saber discriminar la calidad de los datos sociales.
- Saber la función del API, Log, Bot y Cookies.
- Entender el uso de la infografía como herramienta de comunicación de los datos.
- Establecer patrones de navegación de datos.

## Competencias

### Básicas

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.

### Generales

CG1. Habilidad para crear y desarrollar respuestas a problemas de comunicación para los diferentes contenidos digitales.

CG7. Capacidad de análisis y desarrollo de tecnologías digitales para la visualización de la información.

### Específicas

CE1. Sistematizar y utilizar la información extraída de datos sociales y conocimientos adquiridos de las redes sociales, añadiendo valor a los resultados obtenidos.

CE4. Ser capaz de analizar los resultados obtenidos en los diferentes pasos de un plan de marketing, utilizando técnicas de visualización de datos.

CE11. Saber visualizar y comunicar visualmente la información mediante el dominio de las técnicas propias de la expresión gráfica, sabiendo presentar los resultados en base a cánones estéticos.

## Transversales

CT3. Adquirir capacitación en el uso de las nuevas tecnologías y de las tecnologías de la información y la comunicación.

## Contenidos fundamentales de la asignatura

- **Módulo 1: Introducción**

- El dato y su función
- El antes y después de la era digital
- Información es poder: ejemplos del uso de la información en distintos sectores

- **Módulo 2: Data Mining**

- Qué es data mining
- La ética en el uso de los datos. Entendiendo la LGPD
- La función del API, Log, Bot y Cookies
- Cómo funcionan los buscadores y su algoritmo
- Fuentes de datos de las redes sociales: Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest y otras más

- **Módulo 3: Data Analysis**

- Qué es data analysis
- Clasificación y almacenamiento de datos
- Herramientas para medir y monitorear los resultados
- Identificación de tendencias y patrones

- **Módulo 4: Plan de medición**

- Fundamentos del plan de medición
- Fases del plan de medición
- Objetivos y estrategias de negocio
- Identificación de KPIs
- Métricas y dimensiones de adquisición
- Definición de calendario de monitorización

## • Módulo 5: Visualización de datos

- Fundamentos del plan de visualización
- Definición de especificaciones de informes
- Desarrollo y presentación de gráficos
- Desarrollo de infografías
- Herramientas de presentación de datos

## Ejes metodológicos de la asignatura

1. Clases magistrales
2. Prácticas
3. Trabajo en grupo
4. Lecturas

Los estudiantes asistirán semanalmente a sesiones teóricas y prácticas. La asignatura está dividida en 5 grandes temas.

En las clases teóricas los estudiantes adquirirán los conocimientos teóricos mediante clases magistrales y estudio de casos.

Las clases prácticas están destinadas a la aplicación de los conocimientos adquiridos en las clases magistrales mediante proyectos, lecturas y estudio de casos.

El trabajo autónomo del estudiante consiste en la preparación de trabajos, lectura de libros recomendado y resolución de estudios de casos de las sesiones teóricas y en la ejecución de los proyectos de carácter aplicado.

## Plan de desarrollo de la asignatura

Semana	Tema	Evaluación
Semana 1	Introducción	
De la 2 a la 4	Data Mining	Resolución de caso práctico
De la 5 a la 8	Data Analysis	Resolución de caso práctico
Semana 9	Exámenes parciales	
De la 10 a la 13	Plan de medición	Resolución de caso práctico
De la 14 a la 15	Visualización de datos	Resolución de caso práctico
Semana 16	Selectividad	
Semana 17	Exámenes – Proyecto Final	
Semana 18	Tutorías	
Semana 19	Exámenes	

## Sistema de evaluación

Nº	Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
1	Evaluación Continuada	80%	100%

## Bibliografía y recursos de información

- 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