

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5034 - IMPLICACIONS ECONÒMIQUES I SOCIALS EN LES XARXES SOCIALS

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Aleksander Kucel <akucel@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Anglès

Competències que es treballen

Bàsica

- B3. 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.
- B4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- E7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.
- E8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.
- E10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- E12. Aplicar la llengua anglesa en diferents entorns culturals de negociació empresarial.
- E14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- E1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.

General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- G2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
- G3. Integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis de Màrqueting i Comunitats Digitals contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per una societat justa,

democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

Transversal

- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

Descripció

Aquesta assignatura pretén familiaritzar els estudiants amb les implicacions econòmiques de les xarxes socials sobre les decisions personals a través de diversos, i sovint no trivials, canals. Les xarxes socials afecten a les nostres vides de manera directa i indirecta, a través de l'educació, la feina, el consum, la salut o la presa de decisions. Sembla doncs important conèixer els mecanismes d'aquesta influència per ser capaços de preveure els seus efectes econòmics.

Resultats d'aprenentatge

Dominar les eines tecnològiques bàsiques per l'aprofitament dels recursos de màrqueting, e-màrqueting i xarxes socials com a suport per la presa de decisions empresarials.

Metodologia de treball

Sessions teòriques

MD1. Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats en l'assignatura

MD2. Conferències: Sessions presencials o transmeses en streaming, tant a les aules de la universitat com en el marc d'una altra institució, en les quals un o diversos especialistes exposen les seves experiències o projectes davant els estudiants.

MD3. Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials

Aprenentatge dirigit

MD6. Debats i fòrums: Converses presencials o online, segons els objectius que el professor responsable de l'assignatura persegueixi.

MD7. Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar a l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants

Aprenentatge autònom

MD10. Recerca i lectura crítica d'articles. Els estudiants parteixen d'una hipòtesi de treball que van a desenvolupar, seguint les fases de la metodologia de recerca, entre les quals la lectura crítica d'articles

MD12. Tutories no presencials: per les quals l'alumne disposarà de recursos telemàtics com el correu electrònic i els recursos de la intranet de la ESCSET.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent. El TechnoCampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

Continguts

Tema 1. Educació

Tema 2. Emparellament selectiu

Tema 3. Salut

Tema 4. Empleabilitat i Emprenedoria

Tema 6. Política

Tema 7. Consum

Tema 8. Seguretat, terror en les

Tema 10. Conclusions

Activitats d'aprenentatge

AF1. Sessions teòriques

AF4. Treball individual

AF5. Estudi personal

AF7. Tutories presencials

AF10. Cerca, lectura i elaboració de recensions/comentaris de text sobre bibliografia/informació a través de les Tics/plataforma virtual.

Sistema d'avaluació

- Examen parcial 1 en grups de 3 persones = 20% de la nota final
- Examen parcial 2 en grups de 3 persones = 20% de la nota final
- Examen final individual = 60% de la nota final
- Cal superar l'examen final amb un mínim de 5/10 per superar l'assignatura irrespectivament de les notes anteriors.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- CENTOLA, Damon. How behavior spreads: The science of complex contagions. Princeton University Press, 2018.
- CHRISTAKIS, Nicholas A.; FOWLER, James H. Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives. Little, Brown Spark, 2009.
- KADUSHIN, Charles. Understanding social networks: Theories, concepts, and findings. Oup Usa, 2012.
- PISKORSKI, Mikolaj Jan. A social strategy: How we profit from social media. Princeton University Press, 2016.
- TWENGE, Jean M. iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood--and what that means for the rest of us. Simon and Schuster, 2017.