

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

120421 - ANALÍTICA DE XARXES

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - David Puertas Graell [<dpuertas@tecnocampus.cat>](mailto:dpuertas@tecnocampus.cat)

Idiomes d'impartició

- Castellà

Pot haver-hi textos i bibliografia en anglès, català i/o castellà.

Competències que es treballen

Específica

- E10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- E13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- E14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- E9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.

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.

Transversal

- T4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

Descripció

Durant els primers cursos l'estudiant ha conegut l'ús de les xarxes socials per al màrqueting d'una forma qualitativa. Aquest coneixement qualitatiu però no ens serveix per treballar amb grans xarxes socials on no coneixem les persones sinó només les seves dades i connexions en la xarxa.

En l'assignatura s'estudia la formalització de les xarxes socials, i els mètodes quantitius que es poden aplicar sobre elles.

Es pretén que els alumnes aprenguin els diferents tipus de xarxes que es poden donar i a mesurar-ne les diferents característiques estructurals. Entendre com aquesta estructura afecta la manera com la informació es difon i ajuda a formar opinions.

Es presenten els diferents i actuals trastorns comunicatius com a fenòmens complexos, associats a la pèrdua de confiança en actors polítics, mediàtics i empresarials. Són estudiats els factors socials i psicològics que expliquen la creença en fets no o informació falsa a través de conceptes acadèmics (polarització, *third-person effect* o *echo chambers*).

Al final de l'assignatura l'estudiant ha de ser capaç de treballar amb les xarxes socials des d'un punt de vista formal, sabent distingir i identificar els tipus de xarxes que hi ha i quines mètriques es poden aplicar. L'estudiant ha d'entendre el sentit de les mètriques actuals i tenir un fonament teòric suficient per poder aprendre i interpretar noves mètriques. L'objectiu es que pugui discutir amb els gestors de les dades de l'empresa quins són els valors que vol extreure de les dades.

Resultats d'aprenentatge

Conèixer el funcionament de les xarxes socials així com la existència de diferents eines tecnològiques bàsiques útils per a l'aprofitament dels recursos d'e-Màrqueting, i xarxes socials com a suport a la presa de decisions empresarials.

Metodologia de treball

Sessions teòriques

MD1. Classe magistral: La metodologia de treball es basarà en la classe invertida, en que l'estudiant disposarà dels materials un temps abans de la classe perquè els pugui estudiar. Durant la classe es remarcaran els punts més rellevants, es resoldran dubtes i es faran exercicis sobre els temes tractats.

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

MD5. Seminari: Format presencial en petits grups de treball (entre 14 i 40). Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en la qual la participació de l'estudiant és clau

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

MD9. Sessió planificada amb tasques establertes i organitzades.

Es farà un ús intensiu de les eines i tecnologies de suport necessàries per al seguiment de cadascun dels temes, tenint en compte que els principals espais seran:

- **Plataforma institucional:** L'aula virtual serà el lloc on trobar totes les instruccions necessàries per al seguiment de l'assignatura. És també l'espai de comunicació i avaluació.
- **Software d'anàlisi de xarxes socials:** Paquets de software que l'estudiant haurà d'usar per fer part dels seus treballs

Aquest curs, a causa de la situació generada per la COVID, les sessions es faran en format híbrid: presencial i en línia (via *streaming*). Això permetrà que els estudiants puguin anar rotativament a les classes presencials, respectant el màxim d'estudiants per aula que imposen les mesures de distanciament. Quan no els toqui sessió presencial podran seguir la classe en línia des de casa.

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 TecnoCampus 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.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Continguts

Tema 1. Les xarxes des d'un punt de vista formal

- Estructura
- Components
-

Tema 2. Caracterització de l'estructura de la xarxa

- Mètriques
- Dinàmica de les xarxes

Tema 3. Social Network Analysis (SNA)

- Introducció
- Mesures en les xarxes
- Anàlisi de contingut

Tema 4. Eines de SNA

- NodeXL

Tema 5. Obtenció de xarxes

- Xarxes egocèntriques

Tema 6. Comunitats en xarxa

- Anàlisi
- Tipologia

Tema 7. Trastorns comunicatius en la xarxa

- Efecte tercera persona
- Desinformació
- Cambres de ressò

Activitats d'aprenentatge

AF1. Sessions teòriques
AF2. Seminaris
AF3. Treball en grup
AF4. Treball individual
AF5. Estudi personal

Sistema d'avaluació

SE1. Participació a les activitats plantejades dins l'aula i pràctiques en parella (30%) - No recuperable.
SE2. Treball de grup grup (30%) - Recuperable en grup.
SE4. Proves de contingut Examen final (40%) - (20% prova de meitat de trimestre + 20% prova final) - Recuperables.

Es necessari tenir un 4 en cadascuna de les parts per poder aprovar l'assignatura. L'estudiant només podrà recuperar la part de les proves de contingut. Si un grup no arriba al 4 al treball de grup (o tots els membres suspenen l'assignatura) poden recuperar el treball de grup.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- Easley, David, Kleinberg, John. (2010) Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World. Cambridge University Press.
<http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/networks-book/>
-

Hanneman, R., Riddle, M. (2005) Introduction to Social Networks Methods. <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/>

- Tsvetovat, Maksim, Kouznetsov, Alexander (2011) Social Network Analysis for Startups: Finding connections on the social web. O'Reilly