



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

120410 - XARXES SOCIALS

Informació general

- Curs acadèmic 2022/23
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Anaïs Arderiu <aaarderiu@tecnocampus.cat>
 - Vera Butkouskaya <vbutkouskaya@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català
- Castellà

Presentació de l'assignatura

L'objectiu d'aquesta assignatura és aprendre a definir, planificar, executar i avaluar una estratègia en Xarxes Socials. A partir d'un projecte grupal, es treballaran els canals, les estratègies i les diferents eines de diagnòsi i seguiment en una estratègia a les Xarxes. Des del paper de les xarxes socials en el context de la web 2.0, el rol dels influencers fins a conceptes com els Leads, KPIs o les mètriques, es treballen i s'incorporen a les diferents fases de l'estratègia SM.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

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

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.
- E15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.
- 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 discrepans fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

Transversal

- T1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- T4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

No definides

Continguts

1. Introducció a la web 2.0.
2. De consumidor a prosumidor.
3. Introducció a les Xarxes Socials.
4. Social media dins l'estratègia comunicativa de l'empresa.
 - 4.1. Tipus d'estratègia en el social media plan.
 - 4.2. Disseny del social media plan.
 - 4.2.1. Elements claus en una estratègia social media.
 - 4.2.2. Perfils Social Media: del social media manager al community manager.
 - 4.2.3. Plataformes i tipologia de XXSS.
 - 4.2.4. Calendari Editorial.
5. Creació i generació de contingut en xxss.
 - 5.1. Storytelling.
6. Social media advertising.
7. Control, medició i optimització.
8. Tendències en comunicació digital i social media.

Objectius de Desenvolupament Sostenible

No definides

Sistema d'avaluació i qualificació

El sistema d'avaluació es divideix en activitats d'avaluació continuada (60%) i un examen final (40%).

Resum del sistema d'avaluació:

Sistema	Percentatge
Activitats individuals. Casos	10%
Activitats grupals. Casos	15%
Exposicions estratègia SM	15%
Projecte grupal. Estratègia SM	20%
Examen final	40%

Cal obtenir una nota igual o superior a 5 sobre 10 a l'examen final per poder fer mitjana amb les altres parts d'avaluació de l'assignatura.

Al període de recuperació només es pot recuperar el 40% de l'examen final. Per recuperar caldrà obtenir una nota mínima de 5 sobre 10 per computar la mitjana de l'assignatura.

Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.