

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

120410 - XARXES SOCIALS

Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Antonio Caparrós Zaragoza <tcaparrros@tecnocampus.cat>
 - Anaïs Arderiu <aaarderiu@tecnocampus.cat>
 - Bruno Gabarrón Leiva <bgabarronl@tecnocampus.cat>
 - Saeed Abbas Shah <ssshah@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

L'assignatura s'imparteix en català tot i que el material pot estar en qualsevol dels tres idiomes (català, castellà o anglès).

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 diagnosi 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 discrepants 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

Per graus amb formació específica de marketing (MiCD i DobleADE-MKT) els continguts són:

Tema 1. El pla de social media

- Els efectes de les xarxes en els individus, el col·lectiu i l'empresa
- L'herència del Web 2.0
- Objectius i estratègia

Tema 2. Recerca i anàlisi

- Definició - *Why* - Buyer Persona - context
- Territori de marca

Tema 3. Els connectors

- Fonaments de la connectivitat humana: el nombre de Dunbar
- La llei dels especials i els *influencers*

Tema 4. Planificació i gestió de campanyes de social media

- Elements clau en una estratègia *social media*
- Política *Social media (SM)*
- Canals pel SM
- Calendari editorial

Tema 5. Creació i curació de continguts

- Continguts generats per l'usuari
- Concepte de curació
- Tipologies de curació

Tema 6. Execució del pla de social media

- Continguts
- Algorismes
- Bones pràctiques
- Eines
- Nous formats

Tema 7. Mesura, visualització i optimització del pla

- Les mètriques en SM
- *KPIs*
- Eines d'anàlisi i seguiment

Tema 8. Presentació de resultats. Social Media Report

Per la resta de graus els continguts són: (aquesta diferència és deguda a que els graus de MKT ja tenen assignatures pròpies on s'imparteixen continguts referents al Social Media)

1. Introducció a la web 2.0.

2. De consumidor a prosumidor.

2.1. Figura de l'influencer.

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

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

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	10%
Exposicions estratègia SM	15%
Projecte grupal. Estratègia SM	25%
Examen final	40%