

## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 501410 - IMPLICACIONS ECONÒMIQUES I SOCIALS A LES XXSS

#### Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
  - Aleksander Kucel <[akucel@tecnocampus.cat](mailto:akucel@tecnocampus.cat)>
  - Luisa Del Carmen Martínez García <[lmartinezga@tecnocampus.cat](mailto:lmartinezga@tecnocampus.cat)>

#### Llengües de docència

- Castellà
- Anglès

#### Presentació de l'assignatura

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.

#### Competències/Resultats d'aprenentatge

##### Bàsica

- CB3. 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.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

##### Específica

- CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- CE8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.
- CE10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- CE12. Aplicar la llengua anglesa en diferents entorns culturals de negociació empresarial.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- CE7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.

## General

- CG1. 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.
- CG2. 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.
- CG3. 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

- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

## Continguts

---

**Tema 1. Educació com a procés que involucra les xarxes socials**

**Tema 2. Emparellament selectiu i les xarxes socials**

**Tema 3. Salut i les seves relacions amb les xarxes socials**

**Tema 4. Treball, emprenedoria i les xarxes socials**

**Tema 5. Política en les xarxes socials**

**Tema 6. Consum en el context de les xarxes socials**

**Tema 7. Seguretat, terror en les xarxes socials**

**Tema 8. Conclusions**

## Objectius de Desenvolupament Sostenible

---

- 10 - Reducció de les desigualtats
- 04 - Educació de qualitat

## Sistema d'avaluació i qualificació

---

- 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.