

GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ

1023 - XARXES SOCIALS

Informació general

- Curs acadèmic 2024/25
- Curs: Tercer
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Bruno Gabarrón Leiva <bgabarronl@tecnocampus.cat>
 - Anaïs Arderiu <aaarderiu@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

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

- E11_ Analitzar i valorar adequadament l'entorn científic-tecnològic i econòmic, tant per buscar oportunitats innovadores com per establir els processos necessaris per adaptar l'organització a aquest entorn.
- E14_ Identificar els sectors emergents i les estratègies d'innovació empresarial aplicades en aquests sectors i comparar-les entre elles.

General

- G1_ Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant enfront 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 dies 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 Doble ADE-MKT) els continguts son:

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

1. El Pla de Social Media

- Introducció al Social Media Marketing
- Tendències i evolució de les xarxes socials
- Objectius i importància d'un Pla de Social Media
- Fases del Pla de Social Media

2. Els Connectors

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

3. Recerca i anàlisi

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

4. Planificació i gestió

- Elements clau en una estratègia *social media*
- Política *Social media (SM)*

- Canals pel SM
- Calendari editorial

5. Creació i curació de continguts

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

6. Execució

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

7. Mesura, optimització i visualització

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

8. Publicitat a Xarxes Socials

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 05 - Igualtat de gènere
- 10 - Reducció de les desigualtats
- 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	10%
Activitats grupals	10%
Exposicions estratègia SM	15%
Projecte grupal. Estratègia SM	25%
Examen final	40%

Per poder presentar-se a l'examen final, és necessari haver fet l'entrega i la presentació del projecte final sobre l'estratègia de Social Media.

Per aprovar l'examen final, és necessari una puntuació igual o superior a 5 sobre 10 o 50 sobre 100.

Per aprovar l'assignatura, és obligatori aprovar l'examen final. L'examen final s'aprova amb una nota igual o superior a 5 sobre 10 o 50 sobre 100.

Per aprovar l'assignatura, és obligatori aprovar el projecte final. El projecte final s'aprova amb una nota igual o superior a 5 sobre 10 o 50 sobre 100.

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 o 50 sobre 100 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.