

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

500311 - XARXES SOCIALS

Informació general

- Curs acadèmic 2024/25
- Curs: Tercer
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Bruno Gabarrón Leiva <bgabarronl@tecnocampus.cat>
 - Antonio Caparrós Zaragoza <tcaparrros@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

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

Específica

- CE9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.
- CE10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- CE13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.

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.

Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT4. 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

- 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	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.