

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

121510 - IMPLICACIONS ECONÒMIQUES I SOCIALS EN LES XARXES SOCIALS

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Cinquè
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Aleksander Kucel <akucel@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

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.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

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.
- E12. Aplicar la llengua anglesa en diferents entorns culturals de negociació empresarial.
- E14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- E1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- E7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.
- E8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.

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.
- G2. 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.

Transversal

- T5. 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

No definides

Activitats i Sistema d'avaluació

- Examen parcial en grups 40% de la nota final (no recuperable).
- Examen final: part individual (20% de la nota final) + part en grups (40% de la nota final). Examen final es recuperable.
- Tots els exàmens seran amb els apunts.

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria.

Bibliografia i Recursos

- CENTOLA, Damon. How behavior spreads: The science of complex contagions. Princeton University Press, 2018.
- HUDSON, R.A. Who Becomes a Terrorist and Why?: The Psychology and Sociology of Terrorism. Simon and Schuster, 2018.
- HUDSON, R.A. Who Becomes a Terrorist and Why?: The Psychology and Sociology of Terrorism. Simon and Schuster, 2018.
- PISKORSKI, Mikolaj Jan. A social strategy: How we profit from social media. Princeton University Press, 2016.
- CENTOLA, Damon. How behavior spreads: The science of complex contagions. Princeton University Press, 2018.
- HEYWOOD A. Politics, Macmillan International HE, 2019.
- HOFFMAN, J. & GRAHAM, P.. Introduction to political theory. Routledge, 2015
- ROBLES-MORALES, J.M. & CORDOBA-HERNANDEZ, A.M. Digital political participation, social networks and Big data: Disintermediation in the Era of Web 2.0. Palgrave Macmillan, 2019.