

XARXES SOCIALS

Redes Sociales

Social Network

Nom	Xarxes Socials
Codi	
Caràcter	Grau Universitari 1er Curs Obligatori
Nombre de credits ECTS	6
Grups	1
Crèdits teòrics	
Crèdits pràctics	
Coordinació	-
Departaments	Informàtica i Enginyeria Industrial
Distribució	
Idioma	Català, Espanyol i Anglès

Nombre	Redes Sociales
Código	
Carácter	Grado Universitario 1er Curso Obligatoria
Número créditos ECTS	6
Grupos	1
Créditos teóricos	
Créditos prácticos	
Coordinación	-
Departamentos	Informática e Ingeniería Industrial
Distribución	
Idioma de impartición	Catalán, Español e Inglés.

Name	Social Networks
Code	
Character	University degreee, 1st Course
ECTS Credit Number	6
Groups	1
Teoric Credits	
Practic credits	
Coordination	-
Departments	<i>Informática e Ingeniería Industrial</i>
Distribution	
Language	Catalan, Spanish and English.

Continguts/Contenidos/Contents

Xarxes Socials

PART 1: COMMUNITATS VIRTUALS I XARXES SOCIALS

TEMA 1: Comunitats virtuals: gestió, administració

TEMA 2: Xarxes socials: fonaments, reptes, funcionament.

TEMA 3: Impacte, reputació i *màrketing*

PART 2: DISSENY GRÀFIC PER A XARXES SOCIALS

TEMA 4: Infografia i conceptes bàsics

PART 3: CREACIÓ DE CAMPANYES I FUNCIONAMENT ADS

TEMA 4: Projecte de creació de campanya

TEMA 5: Projecte de creació d'Ads

Redes Sociales

PART 1: COMUNIDADES VIRTUALES Y REDES SOCIALES

TEMA 1: Comunidades virtuales: gestió, administració

TEMA 2: Redes Sociales: fundamentos, retos, funcionamiento.

TEMA 3: Impacto, reputación y *màrketing*

PART 2: DISEÑO GRÁFICO PARA REDES SOCIALES

TEMA 4: Infografia y conceptos básicos

PART 3: CREACIÓN DE CAMPAÑAS Y FUNCIONAMIENTO ADS

TEMA 4: Proyecto de creación de campañas

TEMA 5: Proyecto de creació d'Ads

SOCIAL NETWORKS

PART 1: Virtual Networks & Social Networks

TEMA 1: Virtual Networks: management, administration

TEMA 2: Social Network: basics, challenges, functionality.

TEMA 3: Impact, reputation & marketing

PART 2: DISSENY GRÀFIC PER A XARXES SOCIALS

TEMA 4: Infografics and fonamental concepts

PART 3: CREATION OF CAMPAIGNS & ADS

TEMA 4: Campaigns projects

TEMA 5: Ads project

Bibliografia/Bibliografía/Bibliography

Caldevilla, David (2013, abril). «Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0». CIC Cuadernos de Información y Comunicación

Christakis, Nicholas. «Conectados». 2012

Rodríguez, Imma. «Márketing Digital y comercio electrónico». 2015

Pérez Latre, Franciso. «La publicidad y los medios». 2012

Ries, Eric. «El método Lean Startup». 2014

Scolari, Carlos. «Hipermediaciones». 2012

Pardo Kuklinski, Hugo. «Geekonomía». 2010

Entertainment and Media Outlook 2015-2019. España [Estudi] (2015). Price Waterhouse Coopers

Núñez, Patricia (et at.) (2013, abril). «Profesionales digitales en publicidad y comunicación. Una aproximación a las necesidades del mercado laboral». CIC Cuadernos de Información y Comunicación

Brandmaniac. Buenas prácticas con influencers - <http://goo.gl/aVAsa0>

ElEconomista. Ventajas y desventajas del crowdfunding. - <http://goo.gl/yX5dzq>

Google. ¿Qué es el rich media? - <http://goo.gl/61N0xS>

IAB. Inversión publicitària en Medios Digitales (2015). - <http://goo.gl/TPEYCl>

Infotechnology. Los medios contra Google: cómo es el escenario de la publicidad digital en Argentina - <http://goo.gl/E024X5>

PuroMarketing. Publicidad Rich Media: el impacto e interacción entre usuarios y marcas. - <http://goo.gl/IOuUEr>