

Màster universitari

Social Media: Gestió i Estratègia

Vols més
informació?



Amb la col·laboració de:

BE agency



Universitat
Oberta
de Catalunya

La formació de postgrau
en línia per als professionals

Social Media: Gestió i Estratègia

Els **social media** s'han convertit en **instruments de comunicació i relació ineludibles per a tot tipus d'organitzacions**. En l'actual context tecnològic i digital, els usuaris han adquirit nous rols i més poder que mai des de qualsevol dispositiu. Per tant, fan falta professionals i investigadors que dominin les **noves dinàmiques**, sàpiguen definir l'estratègia que cal seguir i emprar les eines de gestió més adequades. L'objectiu és clar: **treure el màxim rendiment de les accions en els social media**.

El màster universitari de **Social Media: Gestió i Estratègia** de la UOC prepara els estudiants perquè adquireixin les **competències i els coneixements especialitzats** que requereix aquest sector pioner en el context digital. S'orienta a l'exercici professional, però també té en compte la **vessant analítica i d'investigació** i possibilita l'accés a un programa de doctorat.

Objectius i competències

El màster universitari de **Social Media: Gestió i Estratègia**, gràcies a la formació avançada i especialitzada que ofereix, capacita els professionals perquè, amb una **visió estratègica i crítica**, puguin dominar les dinàmiques i optimitzar les accions desenvolupades en aquest camp. Aquesta titulació oficial aporta **habilitats transversals, tècniques i creatives** fonamentals en un context canviant en el qual la **polivalència** i la **flexibilitat** són requisits essencials.

Les competències específiques que s'adquireixen amb aquest programa de màster permeten:

- Identificar i **entendre les característiques**, els atributs, els components, l'estructura, el funcionament i les possibilitats dels diferents tipus de *social media*.
- **Dominar les diferents tècniques, tecnologies o recursos** per a la identificació, el seguiment, la recuperació, el tractament, la creació, la representació, la visualització i l'explotació de dades i continguts que circulen pels *social media*.
- Detectar i **gestionar les interaccions**, les interrelacions i el valor dels nodes que es creen en la comunicació en xarxa pròpia d'entorns de *social media*.
- Produir **continguts creatius, en diferents formats i formes narratives**, que s'adaptin a les singularitats de la plataforma social.
- **Formular i executar l'estratègia de comunicació en social media** que millor s'adapti als objectius i la finalitat fixats, establint protocols d'actuació i planificant la divisió per tasques i la seva assignació.
- Desenvolupar una **capacitat analítica** que permeti avaluar, ajustar i adaptar les accions empreses, optimitzar els resultats assolits, gestionar situacions de crisi o detectar noves oportunitats estratègiques.
- Analitzar i emetre **informes professionals i específics en l'àmbit dels social media**.
- Identificar i contextualitzar el marc jurídic i ètic aplicable a la comunicació, l'anàlisi i la gestió de *social media*.

- Formular i desenvolupar una **estratègia de curació de continguts i gestió de dades en social media** que permeti, per mitjà de diferents tècniques i mètodes, recopilar, seleccionar i generar informació de qualitat per a l'entorn professional o d'investigació.
- **Incorporar la innovació** i desenvolupar proves pilot que experimentin amb noves formes d'ús dels *social media* existents, amb nous entorns i tendències de comunicació social, o que els estudiïn i analitzin.

A qui va dirigit

El màster universitari de **Social Media: Gestió i Estratègia** té una doble orientació complementària: **professionalitzadora i de recerca**. En tractar-se d'un sector capdavanter des del punt de vista de l'estratègia de negoci, les empreses necessiten professionals experts en l'estudi i l'anàlisi dels *social media*.

En conseqüència, d'una banda, el màster es dirigeix especialment als titulats en l'àmbit de la comunicació, la informació, l'empresa i el màrqueting que vulguin especialitzar-se en les possibilitats dels *social media*. També està destinat als professionals d'altres disciplines que vulguin aprendre a desenvolupar una **visió estratègica** i a valorar les accions dutes a terme en **plataformes socials**, gràcies a una formació completa i actual.

D'altra banda, el màster es dirigeix als **investigadors** que vulguin orientar els seus estudis cap als *social media*, de manera que adquireixin un coneixement especialitzat que els permeti comprendre els **fonaments, les dinàmiques i les estratègies** que s'inscriuen en el pla de *social media*; explorar les singularitats del **contingut** que circula per les xarxes o explotar les **dades** que es generen en les interaccions que es desenvolupen en aquest entorn.

Requisits d'accés

El màster universitari de **Social Media: Gestió i Estratègia** és una titulació oficial adaptada a l'espai europeu d'educació superior. Per **accedir a aquests estudis de màster** és necessari tenir un títol universitari oficial.

Consulta a la web del programa la informació i la documentació que has de lliurar, en funció d'on hagis realitzat els estudis.

Sortides professionals

- **Responsable de l'estratègia en social media** o *social media strategist*: professional que dissenya el pla de mitjans socials i s'encarrega del seu seguiment.
- **Director de social media** o *social media manager*: professional encarregat de dirigir l'equip i l'activitat desenvolupada en *social media*.
- **Encarregat de dinamitzar la comunitat en plataformes socials** o *community manager*.
- **Responsable de continguts** per a *social media* o *social media editor*, *content manager* o *storyteller*.
- **Analista de social media** o *social media metrics*: s'encarrega del seguiment de la mètrica i de l'obtenció d'informació que permet mesurar i avaluar els resultats.
- **Gestor de continguts** o *content curator*: responsable de seleccionar, filtrar i gestionar la informació perquè pugui generar-se un nou contingut de valor afegit.
- Responsable o **gestor de la reputació en línia** o *online reputation manager*.
- Responsable de l'**optimització i el posicionament en social media**.
- **Auditor** de l'activitat en *social media*.
- Responsable i analista de la **intel·ligència col·lectiva**.
- Responsable de la **publicitat en social media** (*social media advertising*) i de la planificació i el desenvolupament de la **comunicació publicitària en social media** (*social media planner*).
- Gestor o responsable de les accions de **màrqueting de social media**.
- **Periodista** o **responsable del gabinet de premsa** encarregat de la gestió de la comunicació en *social media*.
- Expert en **SEO social**.
- Expert en **dades de social media**.

Direcció acadèmica

Dra. Silvia Martínez Martínez

Llicenciada en Ciències de la Informació (Periodisme) i doctora europea en Comunicació (Universitat CEU Cardenal Herrera), ha participat en diferents projectes de recerca amb finançament tant públic com privat. Vinculada professionalment al món universitari des de 2005, és professora dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC des de 2011, on ha exercit la direcció acadèmica en programes de postgrau de mitjans socials, periodisme i comunicació digital.

Tutores

Dolors Capdet

Periodista (UAB), postgraduada en *e-learning* (UCJC) i experta en formació virtual (UOC) i connectivisme (Universitat d'Atxasasca). Ha participat en programes europeus de formació i aprenentatge (Muvention/Comenius, Hext-Learn...). Com a docent, ha col·laborat en diverses universitats i institucions, entre les quals hi ha la UOC.

Estitxu Julián Fandiño

Especialitzada en generació de contingut per a *social media* i estratègia de màrqueting digital des de fa més de deu anys; ha passat per agències creatives i clients com Volkswagen Espanya, Domestika.org, Ajuntament de Barcelona, etc.

Sílvia Riera

Llicenciada en Periodisme (UAB) i Humanitats (UOC) i especialitzada en estratègies de comunicació digital i noves narratives. Ha treballat en mitjans de comunicació digitals i agències de màrqueting de continguts. Actualment és la responsable de *supporter engagement* de Metges Sense Fronteres. Ha estat docent d'estudis de periodisme digital a l'URL i a la UOC.

Professorat

Dr. Daniel Aranda

Professor agregat dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC. Docent i investigador del grup GAME (Grup de recerca en aprenentatges, mitjans i enteniment). Ha estat coeditor de la revista científica *Anàlisi. Cuadernos de comunicación y cultura* (2014-2017) i coautor de llibres com *Ludoliteracy: informe sobre la alfabetización mediática en el juego digital. Experiencias en Europa* (2015).

Dra. Andrea Rosales

Llicenciada en Comunicació Social i Periodisme per la Universitat del Valle, màster de Sistemes Cognitius i Mitjans Interactius i doctora en Tecnologies de la Informació i de la Comunicació per la UPF. És professora dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació, investigadora de l'IN3 de la UOC i professora associada a la UB.

Dra. Montserrat Garcia

Doctora en Societat de la Informació i el Coneixement (UOC), llicenciada en Documentació (UOC) i en Geografia i Història (UB), i màster en Direcció i gestió de TIC (UOC). És professora agregada dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC. Les seves àrees de recerca són la gestió documental, la gestió del coneixement i la intel·ligència competitiva, sobre les quals té diverses publicacions. A més, és membre del Comitè Tècnic de Normalització de Documentació 50 i del Subcomitè 1 de Gestió de Documents d'AENOR.

Dra. María Ángeles García Haro

Doctora en Economia i Empresa per l'UCLM el 2018. Llicenciada en Administració i Direcció d'Empreses el 2012 i màster en Estratègia i Màrqueting de l'Empresa el 2013 per la Universitat de Castella-la Manxa. Les seves línies de recerca se centren en el comportament del consumidor, els mitjans socials i les activitats de *value co-creation*. Ha impartit diferents seminaris en diverses universitats espanyoles i ha participat com a conferenciant en diferents congressos de caràcter nacional i internacional. És coautora d'articles i capítols de prestigioses editorials com IGI Global, i editora associada a la revista *Frontiers in Psychology*. També és directora i membre de tribunals de treballs fi de grau i fi de màster.

Dr. Ferran Lalueza

Periodista (TVE, Europa Press, etc.) reconvertit en professional de les relacions públiques (Alcatel, Burson-Marsteller, etc.) i després en professor de periodisme, comunicació corporativa i gestió de mitjans socials (UOC, UPF, UAB).

Dr. Alexandre López-Borrull

Doctor en Químiques (UAB) i llicenciat en Documentació (UOC), les seves línies de recerca estan connectades amb les revistes científiques, la compartició de les dades de recerca i la ciència oberta en general. Com a director del grau d'Informació i Documentació, porta els àmbits relacionats amb les polítiques d'informació i transparència, la preservació digital i els treballs finals de grau. És també docent d'E-research i de Propietat intel·lectual en el màster GEICO.

Dr. Francisco Lupiáñez-Villanueva

Profesor dels Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació amb acreditació de recerca avançada (catedràtic) AQU. Els seus àmbits d'investigació se centren en la relació de les tecnologies de la informació i la comunicació i el rol de les dades en els àmbits econòmics, socials, culturals i de polítiques públiques. Ha treballat a la Comissió Europea (DG JRC) com a científic donant suport al disseny de polítiques basades en l'evidència. Ha liderat més de trenta projectes internacionals i és cofundador de la *spin-off* de la UOC, Open Evidence.

Dr. Jordi Sánchez-Navarro

Doctor en Comunicació Audiovisual (URL) i professor agregat de la UOC. Director dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació. Coordinador del Grup de Recerca en Aprenentatges, Mitjans i Entreteniment (GAME). Coinvestigador principal del projecte *Cultura lúdica, competència digital i aprenentatges (Ludoliteracy)*. Investiga sobre cultura visual, història cultural del cinema i la televisió, i nous públics, consums i tendències de l'entreteniment. És el director de la col·lecció de llibres *Filmografies essencials* (Editorial UOC). Va ser sotsdirector del Sitges Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya (2001-2004), i des de 2005 col·labora en el Festival com a programador de la secció d'animació (*Anima't*). És autor de diverses publicacions sobre aquest mateix àmbit.

Dra. Sandra Sanz-Martos

Llicenciada en Filologia Hispànica per la UB i en Documentació per la Universitat de Granada, es va doctorar en Societat de la Informació i el Coneixement per la UOC amb una tesi sobre comunitats de pràctica en 2010. Professora dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació des de 1999, ha dirigit el programa de la llicenciatura de Documentació i els postgraus de *Social Knowledge: Xarxes Socials i Intercanvi de Coneixement*, i *Social Media Content: Community Manager i Content Curator*.

Dra. Gemma San Cornelio

Llicenciada en Belles arts (1999) i doctora per la Universitat Politècnica de València (2003). Des de l'any 2005 és professora a la UOC, i dirigeix l'especialització de postgrau de Disseny Audiovisual i Visualització d'Informació. És investigadora en l'àmbit de la cultura i la creativitat digital, i lidera el projecte *Selfiestories.net*, a la cerca de mètodes experimentals per investigar les xarxes socials; concretament, Instagram.

Professors col·laboradors

El personal docent col·laborador està integrat per reconeguts experts i/o professionals en actiu en diferents àrees relacionades amb els **social media**.

Pla d'estudis

El pla d'estudis del màster universitari de **Social Media: Gestió i Estratègia** consta d'un total de **60 crèdits ECTS** distribuïts entre assignatures obligatòries i optatives, la qual cosa ofereix a l'estudiant flexibilitat per **personalitzar el seu propi itinerari**.

El programa posa el focus en els eixos temàtics següents:

- **Entorn i sistema social media.**
- **Community management:** gestió, seguiment i retorn.
- **Social media strategy.**
- Creació, curació i producció de **continguts** en *social media*.
- **Investigació** en *social media*.



Programa acadèmic

Crèdits ECTS

Tipus de matèria

Obligatòries	39
Optatives	15
Treball final de màster	6
Total	60

Obligatòries

Ecosistema <i>social media</i>	4
Monitoratge i reputació <i>online</i>	5
<i>Community management</i>	5
Continguts audiovisuals per a <i>social media</i>	5
<i>Content curation</i>	5
<i>Social media strategy: disseny del social media plan</i>	5
<i>Social media strategy: execució i gestió</i>	5
Mètrica i avaluació en <i>social media</i>	5

Optatives

Publicitat en <i>social media</i>	5
Màrqueting en <i>social media</i>	5
SEO social	5
Periodisme i <i>social media</i>	5
<i>Big data</i> i <i>social media</i>	5
Metodologies d'investigació en comunicació	5
Analítica avançada en <i>social media</i>	5
Pràctiques	5

Treball final

Treball final de màster	6
-------------------------	---

Amb la col·laboració de:

BE agency

FORMAR TRANS- FORMAR

Seus

BARCELONA

Rambla del Poblenou, 156
08018 Barcelona
Tel.: 934 817 272

LLEIDA

Carrer Canyeret, 12, 2a. planta
25007 Lleida
Tel.: 973 72 70 77

PALMA

Carrer Ausiàs March, 11
07003 Palma
Tel. 971 65 86 11

MANRESA

Av de les Bases de Manresa, 1
08242 Manresa
Tel.: 934 817 272

REUS

Carrer de l'Escorxador, 1
43202 Reus
Tel.: 977 33 80 08

SALT

Factoria Cultural Coma Cros
Carrer Sant Antoni, 1
17190 Salt
Tel.: 972 40 50 67

TORTOSA

Carrer Alfara de Carles, 18
43500 Tortosa
Tel.: 977 58 80 66

MADRID

Plaça de les Corts, 4
28014 Madrid
Tel.: 915 991 188

SEVILLA

Carrer Torneo, 32
41002 Sevilla
Tel.: 954 99 16 25

VALÈNCIA

Carrer de la Pau, 3
46003 València
Tel.: 96 348 66 48

VILA-REAL

Biblioteca Universitària
del Coneixement
Avinguda Pius XII, 43
12540 Vila-real
Tel.: 964 54 72 44

COLÒMBIA

Carrera 7 #73-47, oficina 802
110221 Bogotá
Colòmbia
Tel.: +57 1 7945400

CIUTAT DE MÈXIC

Passeig de la Reforma, 265, pis 1
Col. Cuauhtémoc
06500 Mèxic, D.F.
Tel.: + 52 55 55114206

**Totes les seus UOC a
seus.uoc.edu**



Times Higher Education World University Rankings

- Entre les 150 millors universitats joves del món.
- La millor universitat en línia d'Iberoamèrica.
- La segona universitat d'Espanya amb menys de 50 anys.

Premis i reconeixements UOC

- Homenatge als 25 anys d'història a la 25a. Nit de les Telecomunicacions i la Informàtica (2020)
- Human Resources Excellence in Research (HRS4R) de la Comissió Europea (2018)
- Premi EDEN d'excel·lència institucional (2016)
- Premi a la Inclusió per les Malalties Rares de la FEDER (2016)
- Premi a l'Impacte en l'Aprenentatge (Or) de la IMS Global Learning Consortium (2015)
- Medalla d'Or de la Creu Roja (2015)
- Telefónica Ability Awards (2012)
- Premi IGC a la Innovació Digital (2010)
- Premi Center of Excellence del NMC (2009)
- Premi a l'Impacte en l'Aprenentatge (Or) de la IMS Global Learning Consortium (2008)
- Premi Nacional de Telecomunicacions de la Generalitat de Catalunya (2005)
- Centre d'Excel·lència al Global Education and Research Program de SUN (2003)
- Premi ICDE d'Excel·lència (2001)
- Premi WITSA a la millor iniciativa digital (2000)
- Premi Bangemann Challenge a la millor iniciativa europea en ensenyament a distància (1997)

Consulta l'oferta
formativa de la UOC
estudis.uoc.edu

