

Máster universitario

Social Media: Gestión y Estrategia

¿Quieres más
información?



Con la colaboración de:

BE agency]



Universitat
Oberta
de Catalunya

La formación de posgrado
en línea para los profesionales

Social Media: Gestión y Estrategia

Los **social media** se han convertido en **instrumentos de comunicación y relación ineludibles para todo tipo de organizaciones**. En el actual contexto tecnológico y digital, los usuarios han adquirido nuevos roles y más poder que nunca desde cualquier dispositivo. Por lo tanto, hacen falta profesionales e investigadores que dominen las **nuevas dinámicas**, sepan definir la estrategia que hay que seguir y emplear las herramientas de gestión más adecuadas. El objetivo está claro: **sacar el máximo rendimiento de las acciones en los social media**.

El master universitario de **Social Media: Gestión y Estrategia** de la UOC prepara a los estudiantes para que adquieran las **competencias y los conocimientos especializados** que requiere este sector pionero en el contexto digital. Está orientado al **ejercicio profesional**, pero también tiene en cuenta la **vertiente analítica y de investigación** y posibilita el posterior acceso a un programa de doctorado.

Objetivos y competencias

El máster universitario de **Social Media: Gestión y Estrategia**, gracias a la formación avanzada y especializada que ofrece, capacita a los profesionales para que, con una **visión estratégica y crítica**, puedan dominar las dinámicas y optimizar las acciones desarrolladas en este campo. Esta titulación oficial aporta **habilidades transversales, técnicas y creativas** fundamentales en un contexto cambiante en el que la **polivalencia** y la **flexibilidad** son requisitos esenciales.

Las competencias específicas que se adquieren con este programa de máster permiten:

- Identificar y **entender las características**, los atributos, los componentes, la estructura, el funcionamiento y las posibilidades de los diferentes tipos de *social media*.
- **Dominar las diferentes técnicas, tecnologías o recursos** para la identificación, el seguimiento, la recuperación, el tratamiento, la creación, la representación, la visualización y la explotación de datos y contenidos que circulan por los *social media*.
- Detectar y **gestionar las interacciones**, las interrelaciones y el valor de los nodos que se crean en la comunicación en red propia de entornos de *social media*.
- Producir **contenidos creativos, en diferentes formatos y formas narrativas**, que se adapten a las singularidades de la plataforma social.
- **Formular y ejecutar la estrategia de comunicación en social media** que mejor se adapte a los objetivos y la finalidad fijados, estableciendo protocolos de actuación y planificando la división por tareas y su asignación.
- Desarrollar una **capacidad analítica** que permita evaluar, ajustar y adaptar las acciones emprendidas, optimizar los resultados logrados, gestionar situaciones de crisis o detectar nuevas oportunidades estratégicas.
- Analizar y emitir **informes profesionales y específicos en el ámbito de los social media**.
- Identificar y contextualizar el marco jurídico y ético aplicable a la comunicación, el análisis y la gestión de *social media*.

- Formular y desarrollar una **estrategia de curación de contenidos y gestión de datos en social media** que permita, por medio de diferentes técnicas y métodos, recopilar, seleccionar y generar información de calidad para el entorno profesional o de investigación.
- **Incorporar la innovación** y desarrollar pruebas piloto que experimenten con nuevas formas de uso de los social media existentes, con nuevos entornos y tendencias de comunicación social, o que los estudien y analicen.

A quién va dirigido

El máster universitario de **Social Media: Gestión y Estrategia** tiene una doble orientación complementaria: **profesionalizadora** y de **investigación**. Al tratarse de un sector líder desde el punto de vista de la estrategia de negocio, las empresas necesitan profesionales expertos en el estudio y el análisis de los *social media*.

En consecuencia, por un lado, el máster se dirige especialmente a titulados en el ámbito de la comunicación, la información, la empresa y el marketing que quieran especializarse en las posibilidades de los *social media*. También está destinado a profesionales de otras disciplinas que quieran aprender a desarrollar una **visión estratégica** y poner en valor las acciones llevadas a cabo en **plataformas sociales**, gracias a una formación completa y actual.

Por otro lado, el máster se dirige a los **investigadores** que quieran orientar sus estudios hacia los *social media*, de modo que adquieran un conocimiento especializado que les permita comprender **los fundamentos, las dinámicas y las estrategias** que se inscriben en el plan de *social media*; explorar las singularidades del **contenido** que circula por las redes o explotar los **datos** que se generan en las interacciones que se desarrollan en este entorno.

Requisitos de acceso

El máster universitario de **Social Media: Gestión y Estrategia** es una titulación oficial adaptada al espacio europeo de educación superior. Para **acceder a estos estudios de máster** es necesario estar en disposición de un título universitario oficial.

Consulta en la web del programa la información y la documentación que tienes que entregar, en función de donde hayas realizado estos estudios.

Salidas profesionales

- **Responsable de la estrategia en social media** o *social media strategist*: profesional que diseña el plan de *social media* y se encarga de su seguimiento.
- **Director de social media** o *social media manager*: profesional encargado de dirigir el equipo y la actividad desarrollada en *social media*.
- **Encargado de dinamizar la comunidad en plataformas sociales** o *community manager*.
- **Responsable de contenidos** para *social media* o *social media editor, content manager* o *storyteller*.
- **Analista de social media** o *social media metrics*: se encarga del seguimiento de la métrica y de la obtención de información que permite medir y evaluar los resultados.
- **Gestor de contenidos** o *content curator*: responsable de seleccionar, filtrar y gestionar la información para que pueda generarse un nuevo contenido de valor añadido.
- Responsable o **gestor de la reputación en línea** u *online reputation manager*.
- Responsable de la **optimización y el posicionamiento en social media**.
- **Auditor** de la actividad en *social media*.
- Responsable y analista de la **inteligencia colectiva**.
- Responsable de la **publicidad en social media** (*social media advertising*) y de la planificación y el desarrollo de la **comunicación publicitaria en social media** (*social media planner*).
- Gestor o responsable de las acciones de **marketing de social media**.
- **Periodista** o **responsable del gabinete de prensa** encargado de la gestión de la comunicación en **social media**.
- Experto en **SEO social**.
- Experto en **datos de social media**.

Dirección académica

Dra. Silvia Martínez Martínez

Licenciada en Ciencias de la Información (Periodismo) y doctora europea en Comunicación (Universidad CEU Cardenal Herrera), ha participado en diferentes proyectos de investigación con financiación tanto pública como privada. Vinculada profesionalmente al mundo universitario desde 2005, es profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC desde 2011, donde ha ejercido la dirección académica en programas de posgrado de medios sociales, periodismo y comunicación digital.

Tutora

Dolors Capdet

Periodista (UAB), posgraduada en *e-Learning* (UCJC) y experta en formación virtual (UOC) y conectivismo (Universidad de Athabasca). Ha participado en programas europeos de formación y aprendizaje (Muvenation/Comenius, Hext-Learn...). Como docente, ha colaborado en diversas universidades e instituciones, entre las cuales la UOC.

Estitxu Julián Fandiño

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la UOC y diplomada en Fotografía en IDEP. Ha sido profesora colaboradora de la asignatura *Social media strategy: diseño del social media plan* del máster *Social Media: Gestión y Estrategia*. Es experta en *social media* y marketing digital. Trabaja en agencias como DDB y para clientes como Volkswagen España, Ayuntamiento de Barcelona, etc. Actualmente es *social media general manager* de Domestika.org.

Sílvia Riera

Licenciada en Periodismo (UAB) y Humandades (UOC) y especializada en nuevas narrativas (*storytelling 2.0*). Ha trabajado en medios de comunicación y agencias de publicidad. Actualmente se dedica a la gestión de proyectos y estrategias de comunicación digital. Ha sido docente de asignaturas de periodismo digital en la URL y en la UOC.

Profesorado

Dr. Daniel Aranda

Profesor agregado de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC. Docente e investigador del grupo GAME (Grupo de investigación en aprendizajes, medios y entendimiento). Ha sido coeditor de la revista científica *Análisis. Cuadernos de comunicación y cultura* (2014-2017) y coautor de libros como *Ludoliteracy: informe sobre la alfabetización mediática en el juego digital. Experiencias en Europa* (2015).

Dra. Andrea Rosales

Licenciada en Comunicación Social y Periodismo por la Universidad del Valle, máster de Sistemas Cognitivos y Medios Interactivos y doctora en Tecnologías de la Información y de la Comunicación por la UPF. Es profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, investigadora del IN3 de la UOC y profesora asociada en la UB.

Dra. Montserrat Garcia

Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento (UOC), licenciada en Documentación (UOC) y en Geografía e Historia (UB), y máster en Dirección y Gestión de TIC (UOC). Es profesora agregada de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC. Sus áreas de investigación son la gestión documental, la gestión del conocimiento y la inteligencia competitiva, sobre las que tiene diversas publicaciones. Además, es miembro del Comité Técnico de Normalización de Documentación 50 y del Subcomité 1 de Gestión de Documentos de AENOR.

Dra. María Ángeles García Haro

Doctora en Economía y Empresa por la UCLM en 2018. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas en 2012 y máster en Estrategia y Marketing de la Empresa en 2013 por la Universidad de Castilla-La Mancha. Sus líneas de investigación se centran en el comportamiento del consumidor, los social media y las actividades de *value co-creation*. Ha impartido distintos seminarios en varias universidades españolas y ha participado como conferenciante en diferentes congresos de carácter nacional e internacional. Es coautora de artículos y capítulos de prestigiosas editoriales como IGI Global, y editora asociada en la revista *Frontiers in Psychology*. También es directora y miembro de tribunales de trabajos fin de grado y fin de máster.

Dr. Ferran Lalueza

Periodista (TVE, Europa Press, etc.) reconvertido en profesional de las relaciones públicas (Alcatel, Burson-Marsteller, etc.) y después en profesor de periodismo, comunicación corporativa y gestión de medios sociales (UOC, UPF, UAB).

Dr. Alexandre López-Borrull

Doctor en Químicas (UAB) y licenciado en Documentación (UOC), sus líneas de investigación están conectadas con las revistas científicas, la compartición de los datos de investigación y la ciencia abierta en general. Como director del grado de Información y Documentación, lleva los ámbitos relacionados con las políticas de información y transparencia, la preservación digital y los trabajos finales de grado. Es también docente de E-research y de Propiedad intelectual en el máster GEICO.

Dr. Francisco Lupiáñez-Villanueva

Profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación con acreditación de investigación avanzada (catedrático) AQU. Sus ámbitos de investigación se centran en la relación de las tecnologías de la información y la comunicación y el rol de los datos en los ámbitos económicos, sociales, culturales y de políticas públicas. Ha trabajado en la Comisión Europea (DG JRC) como científico apoyando el diseño de políticas basadas en la evidencia. Ha liderado más de treinta proyectos internacionales y es cofundador de la *spin-off* de la UOC, Open Evidence.

Dr. Jordi Sánchez-Navarro

Doctor en Comunicación Audiovisual (URL) y profesor agregado de la UOC. Director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Coordinador del Grupo de Investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento (GAME). Coinvestigador principal del proyecto *Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes (Ludoliteracy)*. Investiga sobre cultura visual, historia cultural del cine y la televisión, y nuevos públicos, consumos y tendencias del entretenimiento. Es el director de la colección de libros *Filmografías esenciales* (Editorial UOC). Fue subdirector del Sitges Festival Internacional de Cine Fantástico de Catalunya (2001-2004), y desde 2005 colabora en el Festival como programador de la sección de animación (*Anima't*). Es autor de varias publicaciones sobre este mismo ámbito.

Dra. Sandra Sanz-Martos

Licenciada en Filología Hispánica por la UB y en Documentación por la Universidad de Granada, se doctoró en Sociedad de la Información y el Conocimiento por la UOC con una tesis sobre comunidades de práctica en 2010. Profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación desde 1999, ha dirigido el programa de la licenciatura de Documentación y los posgrados de *Social Knowledge: Redes Sociales e Intercambio de Conocimiento*, y *Social Media Content: Community Manager y Content Curator*.

Dra. Gemma San Cornelio

Licenciada en Bellas Artes (1999) y doctora por la Universitat Politècnica de València (2003). Desde el año 2005 es profesora en la UOC, y dirige la especialización de posgrado de Diseño Audiovisual y Visualización de Información. Es investigadora en el ámbito de la cultura y la creatividad digital, y lidera el proyecto *Selfiestories.net*, a la búsqueda de métodos experimentales para investigar las redes sociales; concretamente, Instagram.

Profesores colaboradores

El personal docente colaborador está integrado por reconocidos expertos y/o profesionales en activo en diferentes áreas relacionadas con los *social media*.

Plan de estudios

El plan de estudios del máster universitario de **Social Media: Gestión y Estrategia** consta de un total de **60 créditos ECTS** distribuidos entre asignaturas obligatorias y optativas, lo que ofrece al estudiante flexibilidad para **personalizar su propio itinerario**.

El programa pone el foco en los ejes temáticos siguientes:

- **Entorno y sistema *social media*.**
- **Community management:** gestión, seguimiento y retorno.
- **Social media strategy.**
- Creación, curación y producción de **contenidos** en *social media*.
- **Investigación** en *social media*.



Programa académico Créditos ECTS

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias	39
Optativas	15
Trabajo final de máster	6
Total	60

Obligatorias

Ecosistema <i>social media</i>	4
Monitorización y reputación <i>online</i>	5
<i>Community management</i>	5
Contenidos audiovisuales para <i>social media</i>	5
<i>Content curation</i>	5
<i>Social media strategy</i> : diseño del <i>social media plan</i>	5
<i>Social media strategy</i> : ejecución y gestión	5
Métrica y evaluación en <i>social media</i>	5

Optativas

Publicidad en <i>social media</i>	5
Marketing en <i>social media</i>	5
SEO social	5
Periodismo y <i>social media</i>	5
<i>Big data</i> y <i>social media</i>	5
Metodologías de investigación en comunicación	5
Análítica avanzada en <i>social media</i>	5
Prácticas	5

Trabajo final

Trabajo final de máster	6
-------------------------	---

Con la colaboración de:



FORMAR TRANS- FORMAR

Sedes

BARCELONA

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

LLEIDA

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

PALMA

Calle 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

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

SALT

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

TORTOSA

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

MADRID

Plaza de las Cortes, 4
28014 Madrid
Tel.: 915 991 188

SEVILLA

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

VALENCIA

Calle de la Paz, 3
46003 Valencia
Tel.: 96 348 66 48

VILA-REAL

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

COLOMBIA

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

CIUDAD DE MÉXICO

Paseo de la Reforma, 265, piso 1
Col. Cuauhtémoc
06500 México, D.F.
Tel.: + 52 55 55114206

**Todas las sedes UOC en
sedes.uoc.edu**



Times Higher Education World University Rankings

- Entre las 150 mejores universidades jóvenes del mundo.
- La mejor universidad en línea de Iberoamérica.
- La segunda universidad de España con menos de 50 años.

Premios y reconocimientos UOC

- Homenaje a los 25 años de historia en la 25a. Noche de las Telecomunicaciones y la Informática (2020)
- Human Resources Excellence in Research (HRS4R) de la Comisión Europea (2018)
- Premio EDEN de excelencia institucional (2016)
- Premio a la Inclusión por las Enfermedades Raras de la FEDER (2016)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Oro) de la IMS Global Learning Consortium (2015)
- Medalla de Oro de la Cruz Roja (2015)
- Telefónica Ability Awards (2012)
- Premio IGC a la Innovación Digital (2010)
- Premio Center of Excellence del NMC (2009)
- Premio al Impacto en el Aprendizaje (Oro) de la IMS Global Learning Consortium (2008)
- Premio Nacional de Telecomunicaciones de la Generalitat de Catalunya (2005)
- Centro de Excelencia en el Global Education and Research Program de SUN (2003)
- Premio ICDE de Excelencia (2001)
- Premio WITSA a la mejor iniciativa digital (2000)
- Premio Bangemann Challenge a la mejor iniciativa europea en enseñanza a distancia (1997)

Consulta la oferta
formativa de la UOC
estudios.uoc.edu

