

Máster Universitario

MARKETING DE MEDIOS SOCIALES



F
D
E
T

Máster Universitario

MARKETING DE MEDIOS SOCIALES

Presentación

En la sociedad actual, Internet, las redes sociales y las tecnologías móviles se han convertido en herramientas básicas para la comunicación y la toma de decisiones de personas y organizaciones, propiciando cambios profundos en el comportamiento de los consumidores y presentando nuevos retos y oportunidades para las empresas. En este contexto, **son más necesarios que nunca los profesionales expertos en marketing que dominen las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), especialmente los Social Media.**

El máster oficial en Marketing de Medios Sociales o en Social Media Marketing responde a un programa en el campo de la administración de empresas y TIC que **pretende dar una especialización a graduados, licenciados y/o diplomados en Turismo, ADE y otras ramas de conocimiento** (comunicación, geografía, ingeniería, etc.).

El máster se compone de tres módulos obligatorios para todos los estudiantes: (1) Un módulo troncal en Marketing de medios sociales, (2) Prácticas Académicas Externas Curriculares en empresas u organizaciones y (3) el Trabajo Final de Máster. **El Máster se completa con un módulo optativo** donde el alumno puede escoger cursar una de las dos especializaciones previstas: (1) Turismo Electrónico o (2) Investigación en marketing de medios sociales. Si el alumno lo desea se pueden cursar ambos itinerarios de forma oficial. El máster es oficial y da acceso al doctorado.

Perfil del alumnado

El Master en Marketing de Medios Sociales se dirige principalmente a **Graduados en ADE y Turismo, y profesionales del sector.** Aparte de este perfil de acceso recomendado, el cual se considera preferente, pueden acceder titulados provenientes de otros grados o licenciaturas pertenecientes a las ramas de las Ciencias Sociales y Jurídicas, Artes y Humanidades así como la rama de Ingeniería y Arquitectura. Igualmente podrán acceder los titulados de sistemas educativos extranjeros con títulos afines.

Metodología docente

Se trata de un máster de docencia **semipresencial y online.** En este máster se combinarán algunas sesiones presenciales concentradas de las asignaturas con la docencia online. Los alumnos que sigan la modalidad virtual podrán participar en las sesiones presenciales mediante videoconferencia. Las metodologías docentes del máster comprenden las clases magistrales tanto teóricas como prácticas, las clases en laboratorio, la participación en seminarios / talleres / conferencias, la tutorización, proyectos de innovación docente, la realización de trabajos individuales y en grupo y el trabajo y el estudio autónomo del alumno.



Universitat de Lleida
Facultat de Dret, Economia
i Turisme



Descripción del título

Titulación: Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales

Rama del conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Especialidades: Turismo electrónico / Investigación (es posible cursar ambos itinerarios)

Régimen de estudios: Semi-presencial o virtual

Duración: 1 año

Evaluación: Continua (la evaluación se podrán presentar en catalán, castellano e inglés)

60
ECTS

20
Plazas

75% **CAST.** 25% **ENG.**

Salidas profesionales

Algunas de las posibles salidas profesionales del máster son:

- Managers/directores de social media marketing en organizaciones públicas y privadas
- Consultores en el ámbito del marketing digital y de social media
- Managers y content curators de páginas web y aplicaciones móvil
- Directores de marketing y publicidad en empresas y organizaciones
- Directores/gestores de eventos y congresos
- Investigación de mercados en I + D en centros de investigación, empresas de todo tipo y parques tecnológicos
- Asesores/directores en patronatos de turismo
- Gestores/directores de social media de los destinos turísticos
- Directores de oficinas de información turística
- Doctorado

PLAN DE ESTUDIOS: MÓDULOS Y CONTENIDO

	Tipo	Semestre	ECTS
Módulo I. Marketing de Medios Sociales	Obligatorio	1º	30
E-marketing	Obligatorio	1º	6
Social Media Commerce	Obligatorio	1º	6
Redes sociales	Obligatorio	1º	6
Recursos web y tecnologías móviles	Obligatorio	1º	6
Reputación online y Marca Personal en entornos digitales	Obligatorio	1º	6
Módulo II. Turismo Electrónico (Especialidad)	Optativo	2º	18
Estrategias de comunicación y promoción online en turismo	Optativo	2º	6
Nuevas tendencias en turismo	Optativo	2º	6
Sistemas de información turística avanzados	Optativo	2º	6
Módulo III. Investigación (Especialidad)	Optativo	2º	18
Métodos cuantitativos avanzados de análisis en marketing	Optativo	2º	6
Métodos cualitativos avanzados de análisis en marketing	Optativo	2º	6
Métodos de investigación en marketing de medios sociales	Optativo	2º	6
Módulo IV. Prácticas Externas	Obligatorio	2º	6
Prácticas académicas externas curriculares			
Módulo V. Trabajo Final de Máster	Obligatorio	2º	6
Trabajo Final de Máster			



COORDINACIÓN DEL MÁSTER

Dra. Estela Mariné Roig

Correo electrónico:

fdet.coordmms@udl.cat

Tel. 973 703 338



GESTIÓN DE LA PREINSCRIPCIÓN, LA MATRÍCULA Y EL EXPEDIENTE

Facultat de Dret, Economia i Turisme

Secretaria Administrativa

C. Jaume II, 73 (25001) Lleida / despatx 0.39

Horario de atención al público:

de lunes a viernes de 9.30 a 14 h.

martes de 15.30 a 17.30 h.

Tel. 973 703 352 / 973 703 354 / 973 703 355

Correo electrónico:

fdet.secretariacentre@udl.cat

www.fdet.udl.cat

- Datos de preinscripción y matrícula:

Ver web del máster

- Fecha de inicio, periodo lectivo y horario:

Ver web del máster

[f @FDET.UdL](#) [t @FDET_UdL](#) [i @FDET_UdL](#)



MÁS INFORMACIÓN EN:

www.marketingsocialmedia.udl.cat

