

www.marketingsocialmedia.udl.cat

COORDINACIÓ DE MÀSTER

Dra. Estela Maríné Roig
Tel. 973 703 338
E-mail: estela.marine@aegern.udl.cat

DATES DE PREINSCRIPCIÓ I MATRÍCULA

Veure web del Màster

GESTIÓ DE LA PREINSCRIPCIÓ, LA MATRÍCULA I L'EXPEDIENT

Secretaria administrativa de la Facultat de Dret, Economia i Turisme
Adreça: C/ Jaume II, 73 (espai 0.39) CP 25001 Lleida
Horari d'atenció al públic: de dilluns a divendres, de 9.30 a 14h/dimarts tarda, de 15.30 a 17.30h
Telèfons: 973 703 352 /973 703 354 /973 703 355
E-mail: secretaria@fde.udl.cat

DATA D'INICI, PERIODE LECTIU I HORARI

Veure web del Màster



Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials

Més informació:

www.marketingsocialmedia.udl.cat



Universitat de Lleida
Facultat de Dret, Economia
i Turisme



Universitat de Lleida
Facultat de Dret, Economia
i Turisme

Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials

PRESENTACIÓ

En la societat actual, Internet, les xarxes socials i les tecnologies mòbils han esdevingut eines bàsiques per la comunicació i la presa de decisions de persones i organitzacions, propiciant canvis profunds en el comportament dels consumidors i presentant nous reptes i oportunitats per a les empreses. En aquest context, són més necessaris que mai els professionals experts en màrqueting que dominin les noves Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC), especialment els *Social Media*.

El màster oficial en Màrqueting de Mitjans Socials o en *Social Media Marketing* respon a un programa en el camp de l'administració d'empreses i TIC que pretén donar una especialització a graduats, llicenciats i/o diplomats en Turisme, ADE i altres branques de coneixement (comunicació, geografia, enginyeria, etc.).

El màster es compon de tres mòduls obligatoris per a tots els estudiants: (1) Un mòdul troncal en Màrqueting de mitjans socials, (2) Pràctiques Acadèmiques Externes Curriculars en empreses o organitzacions i (3) el Treball Final de Màster. El Màster es completa amb un mòdul d'optativitat on l'alumne pot escollir cursar una de les dues especialitzacions previstes: (1) Turisme Electrònic o (2) Investigació en màrqueting de mitjans socials.

DESCRIPCIÓ DEL TÍTOL

Titulació: Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials

Branca de coneixement: Ciències Socials i Jurídiques

Especialitats: Turisme electrònic / Investigació

Règim d'estudis: Semi-presencial

Durada: 1 any

Crèdits: 60 ECTS

Idioma: Castellà (50%) / Català (25%) / Anglès (25%)

Places ofertes: 20

METODOLOGIA DOCENT

El Màster en Màrqueting de Mitjans Socials s'adreça principalment a Graduats en ADE i Turisme. A banda d'aquest perfil d'accés recomanat, el qual es considera com a preferent, poden accedir-hi titulats provinents d'altres graus o llicenciatures pertanyents a les branques de les Ciències Socials i Jurídiques, Arts i Humanitats així com a la branca d'Enginyeria i Arquitectura. Igualment podran accedir-hi els titulats de sistemes educatius estrangers amb títols afins.

RÈGIM D'ESTUDIS A TEMPS PARCIAL

Es tracta d'un màster de docència **semi-presencial**. En aquest màster es combinaran algunes sessions presencials concentrades de les assignatures amb la docència online. Les metodologies docents del màster comprenen les classes magistrals tant teòriques com pràctiques, les classes a laboratori, la participació en seminaris/tallers/conferències, la tutorització, la realització de treballs individuals i en grup i el treball i l'estudi autònom de l'alumne.

Mòduls i contingut	Tipus	Crèdits	Semestre
Mòdul 1: Màrqueting de Mitjans Socials	Obligatori	30	1r
E-màrqueting	Obligatori	6	1r
Social Media Commerce	Obligatori	6	1r
Xarxes socials	Obligatori	6	1r
Recursos web i tecnologies mòbils	Obligatori	6	1r
Reputació online i Marca Personal en entorns digitals	Obligatori	6	1r
Mòdul 2: Turisme Electrònic (Especialitat)	Optatiu	18	2n
Estratègies de comunicació i promoció online en turisme	Optatiu	6	2n
Noves tendències en turisme	Optatiu	6	2n
Sistemes d'informació turística avançats	Optatiu	6	2n
Mòdul 3: Investigació (Especialitat)	Optatiu	18	2n
Mètodes quantitius avançats d'anàlisi en màrqueting	Optatiu	6	2n
Mètodes qualitius avançats d'anàlisi en màrqueting	Optatiu	6	2n
Mètodes d'investigació en màrqueting de mitjans socials	Optatiu	6	2n
Mòdul 4: Pràctiques Externes	Obligatori	6	2n
Pràctiques acadèmiques externes curriculars		6	2n
Mòdul 5: Treball Final de Màster	Obligatori	6	2n
Treball Final de Màster		6	2n

SORTIDES PROFESSIONALS

Algunes de les possibles sortides professionals del màster són:

- Managers/directors de *social media marketing* en organitzacions públiques i privades
- Consultors en l'àmbit del màrqueting digital i de *social media*
- Managers i *content curators* de pàgines web i aplicacions mòbil
- Directors de màrqueting i publicitat en empreses i organitzacions
- Directors/gestors d'esdeveniments i congressos
- Investigació de mercats i R+D en centres de recerca, empreses de tot tipus i parcs tecnològics
- Assessors/directors en patronats de turisme
- Gestors/directors de *social media* de les destinacions turístiques
- Directors d'oficines d'informació turística