

Máster en Redes Sociales



Presentación

El Máster en Redes Sociales ofrecido por Deusto-Ingeniería pretende responder a las necesidades especializadas de formación que el nuevo universo generado por la explosión de las redes sociales demanda. Es la primera vez que una Universidad diseña un Máster de estas características en el marco del Espacio europeo de Educación Superior.

El Máster ha sido concebido con una visión amplia del fenómeno que suponen las Redes Sociales, las tecnologías que las posibilitan, y los usos y aplicaciones de las mismas a los diferentes ámbitos de la actividad empresarial, sociocultural y publico-institucional.

Objetivos

El objetivo general del presente Máster es formar a los participantes en la naturaleza, características, comportamientos y proyecciones de las Redes Sociales (RRSS) en Internet, con el fin de que se conviertan en profesionales que catalicen su ascensión e integración por todo tipo de organizaciones y colectivos (empresas, instituciones, asociaciones, profesionales, figuras públicas, etc.).

Este objetivo general se concreta en los siguientes objetivos operativos:

- Dotar al alumnado de conocimientos exhaustivos sobre la esencia que anima las RRSS, sus comportamientos genéricos y diferenciales entre iniciativas (por la tecnología, las herramientas o los colectivos afectados), su uso en estrategias de marketing y control de la difusión informativa, su diseño como soporte de comunidades online (con diferentes grados de seguridad y privacidad), la discriminación entre opciones tecnológicas de RRSS y su utilización mediante dispositivos móviles.
- Incorporar y promover las competencias profesionales necesarias para diseñar, administrar, difundir y gestionar la aplicación de RRSS, existentes o construidas ad hoc, a cualquier organización, segmento económico empresarial/ profesional o colectivo de usuarios.
- Estimular la iniciativa para la innovación a través de la preparación, teórica y práctica, de los asistentes en nuevos esquemas de colaboración tecnológico-informativa, en las proyecciones críticas de uso de las redes sociales, existentes e incipientes, y, sobre todo, en la integración de estas iniciativas con el tejido empresarial, industrial y educativo.

Máster Presencial y on-line

El Máster puede ser realizado de manera presencial, virtual o de las dos formas. Todas las sesiones, correspondientes a módulos o magistrales, serán impartidas presencialmente en Deusto y emitidas simultáneamente on-line, y sus vídeos y material didáctico podrán ser consultados en cualquier momento, de forma que los alumnos podrán acomodar con la máxima flexibilidad el calendario formativo a sus propias agendas

y posibilidades geográficas. Además, el alumnado contará, aparte de con los profesores, con tutores virtuales integrados en la Red Social del propio Máster, que guiarán su proceso de aprendizaje y lo acomodarán a las condiciones propias de cada agenda. También se celebrarán reuniones presenciales, en varias jornadas agrupadas, de inmersión en el Máster y de relación entre alumnos, profesores y tutores.



Imagen de: 10ch (CCBY)

Dirigido a

El Máster se ha diseñado para que pueda ser cursado por profesionales y recién graduados provenientes de diferentes ámbitos y áreas de conocimiento y experiencia profesional, interesados en profundizar en el fenómeno de las redes sociales y su utilidad en el sector público y privado, empresarial y cultural, social y personal. En este sentido, no existen requisitos previos, ni de competencia tecnológica o experiencia previa para poder cursar este Máster en Redes Sociales y obtener un aprovechamiento adecuado del mismo.



Beneficios

El Máster responde al Modelo de Aprendizaje de la Universidad de Deusto. Por ello, los participantes en el mismo trabajarán la adquisición de una serie de competencias genéricas y específicas que fortalecerán su acervo académico y profesional.

En este sentido, el Máster pretender coadyuvar al desarrollo de 6 competencias genéricas entre las que cabría destacar la creatividad, el espíritu emprendedor, el liderazgo, la innovación o el sentido ético, entre otras.

En lo que se refiere a las competencias específicas, el Máster contribuirá al desarrollo de 20 competencias, entre las que podrían citarse: definir, evaluar y seleccionar las Redes Sociales idóneas para la inserción e inmersión en las mismas de información de instituciones, asociaciones, empresas y profesionales; analizar y auditar las reputaciones electrónicas asociadas a RRSS; definir arquitecturas sociales para compartir información entre todo tipo de colectivos mediante RRSS; gestionar y/o dirigir proyectos de construcción y/o implantación de RRSS o desarrollar proyectos de consultoría en RRSS para diferentes sectores, entre otras.

Dirección y Profesorado

El Master cuenta con un cuadro de profesores especialistas en este campo proveniente tanto del ámbito académico como del empresarial. En concreto, algunas de las personas responsables del éxito del Master son:

Dirección y Coordinación:

D. Ricardo Devis, [www.linkedin.com/in/devis], socio director de Ricardo Devis & Asociados.

Dra. Rebeca Cortazar, Vicedecana de Relaciones Internacionales.

Profesorado:

Carlos Polo (Socio Fundador, NTS) [www.linkedin.com/in/carlospolo]

Lorena Fernández (Coordinadora Técnica CRAI, Universidad de Deusto) [www.linkedin.com/in/loretahur]

Francisco Javier Alonso García (Director Técnico, Comercio Electrónico B2B 2000) [www.linkedin.com/in/fjavialonso]

Roberto Rodríguez Galán (Gerente de Proyectos, Axfol Consulting) [www.linkedin.com/in/rrgalan]

José López Soriano (Gerente, Indra Sistemas) [www.linkedin.com/in/joselopezsoriano]

Santiago Colomo Carmona (Asesor Tecnológico, Ayuntamiento de Alicante) [www.linkedin.com/in/scolomo]

Luis Jaime Gómez (Director, Mandarinna Consulting) [www.linkedin.com/in/luisjgomez]

Cristina Soriano Templado (Directora de Marketing, Bis Baño) [www.linkedin.com/in/cristinasoriano]

Programa

Introducción a las Redes Sociales (6 ECTS)	
Introducción Inmersión en Redes Sociales Blogs y Wikis	Inmersión Práctica (Blogs y Wikis) Blogs Corporativos y Blogs de Negocio (BBlogs) Plug-ins: El eco-sistema de extensibilidad
La Web Social (6 ECTS)	
Diseño de la Web Social Uso, Acceso y Persuasión	Identidad y Acceso Seguridad y Privacidad
Diseño de Interacción Social (6 ECTS)	
Introducción al Diseño de Interacción (ID) Comunidades online	Diseño de Interacción Social (SID) Diseño de Interacción Aplicado
Difusión y Movilidad Social (6 ECTS)	
Publicidad Directa Promoción Social SEO Reputación online	Geo-localización Interacción móvil Redes Sociales móviles
Redes Sociales Aplicadas (6 ECTS)	
Empresas Administraciones Públicas Educación	Política Profesionales y Artistas
Herramientas, Métodos, Clasificación y Etiquetado (6 ECTS)	
Organización Enfoques Tecnológicos Diferenciales Proyección Corporativa	Clasificaciones y Taxonomías Etiquetado Social
Integración Corporativa (6 ECTS)	
Enterprise 2.X Integración ERP/CRM	Integración Ofimática
Gestión de Proyectos de Redes Sociales (6 ECTS)	
Consultoría en Redes Sociales	Ciclo de Vida Social
Proyecto Fin de Máster (12 ECTS)	

Información para el alumno

Calendario: Las clases presenciales se imparten entre septiembre y junio (consultar web).

Horario: Viernes de 9h a 14h y de 16h a 20h; Sábados de 9h a 14h; adicionalmente, podrá celebrarse alguna jornada monográfica los Jueves a la tarde (no más de un Jueves al Mes).

Tipo de máster: título propio.

Más información: formación.
ingenieria@deusto.es

Becas y ayudas a la financiación:
www.becas.deusto.es

Solicitud de ingreso:
www.postgrado.deusto.es

El máster consta de un total de 60 ECTS.

Matrícula del 5 al 23 de julio.

Colabora





Universidad de Deusto

Secretaría de Postgrados

Facultad de Ingeniería

Edificio ESIDE - 3.ª planta

Avenida de las Universidades, 24

48007 Bilbao

Teléfonos: 944 139 208 - 944 139 000 (Ext. 2408)

E-mail: formacion.ingenieria@deusto.es

www.postgrado.deusto.es