

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

- 10865** *Resolución de 11 de julio de 2014, de la Universidad Camilo José Cela, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales.*

Acreditados por el Consejo de Universidades el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales, y establecido su carácter oficial y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de enero de 2014 («BOE» núm. 33, de 7 de febrero de 2014), conforme a lo establecido en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril. El plan de estudios al que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo de la misma.

Villanueva de la Cañada, 11 de julio de 2014.–La Vicerrectora de Ordenación Académica y del Profesorado, Purificación García Mateos.

ANEXO

Planificación de las enseñanzas

Estructura de las enseñanzas

El Plan de estudios propuesto para la formación de Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales, se ha estructurado por materias, utilizando la siguiente clasificación:

Materias obligatorias, que corresponden a conocimientos teóricos especializados. Las competencias transferibles se garantizan aquí a través de las metodologías de enseñanza-aprendizaje.

Los objetivos de cada materia, medidos en términos de competencias a adquirir por el alumno definen, evidentemente, las metodologías de enseñanza- aprendizaje y la forma de evaluación de cada materia.

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS.

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias	36
Prácticas externas	14
TFM	10
Créditos totales	60

Plan de estudios resumido.

Módulo	Materia	Créditos ECTS	Carácter	Semestre
Estudio del Entorno Digital.	Realidad digital, oportunidades, factores competitivos y estrategia; cómo emprender con éxito.	2	Obligatoria.	1.º semestre
	Investigación aplicada al entorno digital; encuestas, comportamiento del internauta.	2	Obligatoria.	1.º semestre
	Nuevos medios digitales: prensa digital, blogs y redes sociales.	2	Obligatoria.	1.º semestre
	Inglés especializado en marketing digital.	4	Obligatoria.	1.º semestre
	Aspectos legales y jurídicos del marketing digital.	2	Obligatoria.	1.º semestre
Marco Conceptual del Marketing Digital.	Fundamentos avanzados de marketing.	2	Obligatoria.	1.º semestre
	Conceptos profesionales de marketing digital.	2	Obligatoria.	1.º semestre
	Plan de marketing digital.	2	Obligatoria.	1.º semestre
Desarrollo y Gestión de plataformas digitales.	Diseño y desarrollo web, html, lenguajes informáticos más usuales, gestión de contenidos.	3	Obligatoria.	2.º semestre
	Comercio electrónico y desarrollo de tiendas online.	3	Obligatoria.	2.º semestre
Técnicas y Herramientas de Marketing Digital.	Promoción: SEO, Adwords y publicidad digital, remarketing, e-mail marketing, marketing de afiliación, marketing viral, mobile marketing.	5	Obligatoria.	2.º semestre
	Gestión de redes sociales-online community management.	3	Obligatoria.	2.º semestre
	Gestión de la reputación digital-online reputation management.	2	Obligatoria.	2º semestre
	Analítica Web -Google Analytics y otras herramientas analíticas.	2	Obligatoria.	2.º semestre
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	14	Prácticas Externas.	2.º semestre
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	TFM.	2.º semestre