

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

2468 *Resolución de 12 de enero de 2023, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Redes Sociales/Master in Social Media.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros 18 de octubre de 2022 (publicado en el «BOE» de 28 de octubre de 2022, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 21 de octubre de 2022), este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Redes Sociales/Master in Social Media por la Universidad Internacional de La Rioja.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo adjunto.

Logroño, 12 de enero de 2023.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Redes Sociales/Master in Social Media por la Universidad Internacional de La Rioja

1. *Distribución del Plan de Estudios en Créditos ECTS, por tipo de materia*

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias.	42
Optativas.	0
Prácticas Académicas Externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	12
Total.	60

2. *Explicación general de la planificación del plan de estudios*

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Entorno y Gestión de Medios Sociales (18 ECTS).	Transformación Digital de la Comunicación: Nuevos Medios y Formatos.	6	OB
	Desarrollo Web Corporativo: el Blog Profesional.	6	OB
	Gestión de la Reputación <i>Online</i> Corporativa: Monitorización y Rentabilidad.	6	OB

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Desarrollo y Optimización de Estrategias en Medios Sociales (24 ECTS).	<i>Social Media Strategy</i> : Creación y Gestión de Comunidades Virtuales.	6	OB
	Marketing de Contenidos: la Creatividad Digital.	6	OB
	<i>CRM Social</i> y <i>Social Media Hacking</i> : Estrategias de Crecimiento de Comunidades Virtuales.	6	OB
	<i>Social Ads</i> : la Publicidad en Medios Sociales.	6	OB
Prácticas Externas (6 ECTS).	Prácticas Externas.	6	PAE
Trabajo Fin de Máster (12 ECTS).	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM