

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**3284** *Resolución de 13 de marzo de 2013, de la Universidad Cardenal Herrera-CEU, por la que se corrigen errores en la de 23 de abril de 2012, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Comunicación y Branding Digital.*

Advertidos diversos errores en la Resolución de 23 de abril de 2012, de la Universidad Cardenal Herrera-CEU, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Comunicación y Branding Digital («BOE» de 16 de mayo de 2012, página 35738), se procede a la publicación íntegra del mencionado plan de estudios, que sustituye a la anterior.

Valencia, 13 de marzo de 2013.–La Rectora, Rosa Visiedo Claverol.

## ANEXO

## Máster Universitario en Comunicación y Branding Digital

Distribución General del Plan de Estudios:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias (OB) . . . . .	42
Optativas (OP) . . . . .	0
Prácticas (PR) . . . . .	12
Trabajo Fin de Máster (TFM) . . . . .	6
<b>Total . . . . .</b>	<b>60</b>

Distribución del Plan de Estudios por Módulos y Materias:

Módulo	Materia	ECTS	Carácter	Curso
Desarrollo y Edición Digital. Creación y Producción de Piezas Interactivas.	Comunicación Digital en el siglo XXI.	4	OB	1.º
	Desarrollo y Producción Digital.	8	OB	1.º
Optimización y Conversión Web. Seo, Sem, Afiliación, Emailing y Analítica Web.	Search Marketing.	5	OB	1.º
	Analítica y Generación de Tráfico.	6	OB	1.º
E-Branding. Estrategia y Planificación de Comunicación On Line.	Planificación Estratégica Digital.	4	OB	1.º
	Creatividad Digital.	4	OB	1.º
Social Media Management. Web 2.0, Blog Marketing, Redes Sociales y Reputación On Line.	Social Media Optimization.	7	OB	1.º
	Redes Sociales.	4	OB	1.º
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	12	PR	1.º
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	TFM	1.º
<b>Total</b>		<b>60</b>		