

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

3934 *Resolución de 26 de marzo de 2014, de la Universidad Cardenal Herrera-CEU, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Comunicación Transmedia.*

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, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 21 de febrero de 2014 (publicado en el «BOE» de 11 de marzo de 2014, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 28 de febrero de 2014), de conformidad con lo dispuesto por la legislación vigente, este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Comunicación Transmedia.

Valencia, 26 de marzo de 2014.–La Rectora, Rosa Visiedo Claverol.

ANEXO

Máster Universitario en Comunicación Transmedia

Distribución General del Plan de Estudios:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias (OB)	18
Optativas (OP)	24
Prácticas (PR)	12
Trabajo Fin de Máster (TFM)	6
TOTAL	60

Distribución del Plan de Estudios por Curso y Materia:

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
1.º	Creación de Comunicación Multisoporte.	3	OB	1.º semestre.
1.º	Tendencias en la Comunicación: Teorías y Modelos.	3	OB	1.º semestre.
1.º	Estructuras Narrativas Lineales e Intertextuales.	3	OB	1.º semestre.
1.º	Producción de Contenidos Transmedia.	3	OB	2.º semestre.
1.º	Metodologías de Investigación en los Nuevos Paradigmas de la Comunicación.	3	OB	2.º semestre.
1.º	Emprendedurismo.	3	OB	2.º semestre.
1.º	Técnicas de Marketing Digital.	3	OP	2.º semestre.
	Técnicas Avanzadas de Storytelling.			
	Técnicas Avanzadas de Información y Opinión Pública.			
1.º	Prácticas Externas.	12	PR	2.º semestre.

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
1.º	Trabajo Fin de Máster.	6	TFM	2º semestre.
TOTAL		39		

Especialidad: Comunicación y Marketing para Dispositivos Móviles.

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
1.º	Fundamentos de Marketing Móvil.	6	OP	1.º semestre.
1.º	Integración del móvil en la planificación de medios.	7	OP	1.º semestre.
1.º	Aplicaciones móviles.	8	OP	1.º semestre.
TOTAL		21		

Especialidad: Neuromarketing Aplicado al Brand Management.

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
1.º	Neurociencia aplicada a la Creatividad para la Comunicación publicitaria	6	OP	1.º semestre.
1.º	Creatividad publicitaria aplicada	5	OP	1.º semestre.
1.º	Creatividad estratégica en Comunicación publicitaria y Branding	5	OP	1.º semestre.
1.º	Producción Publicitaria: operativa y aplicaciones.	5	OP	1.º semestre.
TOTAL		21		

Especialidad: Creación y Gestión de Redes Sociales:

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
1.º	Social Media Optimization.	7	OP	1.º semestre.
1.º	Gestión de comunidades sociales.	7	OP	1.º semestre.
1.º	Redes Sociales.	7	OP	1.º semestre.
TOTAL		21		

Especialidad: Organización y Producción de Eventos.

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
1.º	Organización de Eventos.	8	OP	1.º semestre.
1.º	Marketing y dirección de eventos.	6	OP	1.º semestre.
1.º	Planificación de eventos y áreas de especialización.	7	OP	1.º semestre.
TOTAL		21		

Especialidad: Nuevos Entornos Informativos en la Era Digital.

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
1.º	La comunicación transmedia.	7	OP	1.º semestre.
1.º	El informador transmedia.	7	OP	1.º semestre.
1.º	Diseño, creación y producción de contenidos informativos transmedia.	7	OP	1.º semestre.
TOTAL		21		

Especialidad: desarrollo web.

Curso	Materia	ECTS	Carácter	Organización Temporal
1.º	Teoría y Técnicas de desarrollo web	7	OP	1.º semestre.
1.º	Tecnologías complementarias	7	OP	1.º semestre.
1.º	Producción y gestión de proyectos web	7	OP	1.º semestre.
TOTAL		21		