

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

- 3859** *Resolución de 3 de marzo de 2020, de la Universidad a Distancia de Madrid, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing Digital y Redes Sociales.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Fundación Madrid+d y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 5 de octubre de 2018 (publicado en el BOE de 21 de diciembre, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 26 de noviembre de 2018),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del Título de Máster Universitario en Marketing Digital y Redes Sociales.

El plan de estudios a que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo de la misma.

Collado Villalba, 3 de marzo de 2020.–La Rectora, María Concepción Burgos García.

ANEXO

Estructura de las enseñanzas

El Título de Máster Universitario en Marketing Digital y Redes Sociales comprende 60 créditos ECTS repartidos de la siguiente forma:

Distribución del plan de estudios en créditos	ECTS
Obligatorias.	48
Trabajo Fin de Máster.	6
Prácticas Externas.	6
Total.	60

De conformidad con el artículo 5.º 1 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre [modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio (BOE del 3), y por el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero (BOE de 10 de febrero), por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, se expone a continuación la planificación de las enseñanzas.

- Denominación de los módulos y las materias.
- Contenido en créditos ECTS.
- Organización temporal: semestral.
- Carácter obligatorio u optativo.

Distribución temporal del Máster

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal 12 meses Tiempo completo (semanas)	Organización temporal 18 meses Tiempo Parcial (semanas)	Carácter
Ecosistema y Transformación Digital.	Ecosistema y Transformación Digital.	6	5	7-8	Obligatoria.
El Cliente en la Era Social y Digital.	Ecosistema y Transformación Digital.	3	2-3	4-5	Obligatoria.
Plan de Marketing Digital.	Estrategias Digitales.	6	5	7-8	Obligatoria.
Diseño Web, Comercio Electrónico y Experiencia de Usuario.	Estrategias Digitales.	6	5	7-8	Obligatoria.
Redes Sociales y Marketing de Contenidos.	Estrategias Digitales.	6	5	7-8	Obligatoria.
Habilidades Profesionales.	Habilidades Profesionales.	3	2-3	4-5	Obligatoria.
Marketing en Buscadores.	Estrategias Digitales.	6	5	7-8	Obligatoria.
Display Marketing y Planificación Publicitaria.	Estrategias Digitales.	6	5	7-8	Obligatoria.
Inteligencia de Negocio y Gestión del Dato.	Herramientas de Análisis y Métricas.	3	2-3	Obligatoria	Obligatoria.
Analítica Web y en Redes Sociales.	Herramientas de Análisis y Métricas.	3	2-3	4-5	Obligatoria.
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	6	5	7-8	Obligatoria.
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	5	7-8	Obligatoria.
Total.		60	48-52 semanas	75 semanas	
Total horas.			1.500 horas	1.500 horas	

Opción A) Organización del Máster en dos semestres (12 meses)

Primer semestre

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal (12 meses): Primer semestre	Carácter
Ecosistema y Transformación Digital.	Ecosistema y Transformación Digital.	6	5	Obligatoria.
El Cliente en la Era Social y Digital.	Ecosistema y Transformación Digital.	3	2-3	Obligatoria.
Plan de Marketing Digital.	Estrategias Digitales.	6	5	Obligatoria.
Diseño Web, Comercio Electrónico y Experiencia de Usuario.	Estrategias Digitales.	6	5	Obligatoria.
Habilidades Profesionales.	Habilidades Profesionales.	3	2-3	Obligatoria.

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal (12 meses): Primer semestre	Carácter
Redes Sociales y Marketing de Contenidos.	Estrategias Digitales.	6	5	Obligatoria.
Total.		30	24-26 semanas	
Total horas.			750 horas	

Segundo semestre

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal (12 meses): Segundo semestre	Carácter
Marketing en Buscadores.	Estrategias Digitales.	6	5	Obligatoria.
Display Marketing y Planificación Publicitaria.	Estrategias Digitales.	6	5	Obligatoria.
Inteligencia de Negocio y Gestión del Dato.	Herramientas de Análisis y Métricas.	3	2-3	Obligatoria.
Analítica Web y en Redes Sociales.	Herramientas de Análisis y Métricas.	3	2-3	Obligatoria.
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	6	5	Obligatoria.
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	5	Obligatoria.
Total.		30	24-26 semanas	
Total horas.			750 horas	

Opción B) Organización del Máster en tres semestres (18 meses)

Primer semestre

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal (18 meses): Primer semestre	Carácter
Ecosistema y Transformación Digital.	Ecosistema y Transformación Digital.	6	7-8	Obligatoria.
El Cliente en la Era Social y Digital.	Ecosistema y Transformación Digital.	3	4-5	Obligatoria.
Plan de Marketing Digital.	Estrategias Digitales.	6	7-8	Obligatoria.

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal (18 meses): Primer semestre	Carácter
Habilidades Profesionales.	Habilidades Profesionales.	3	4-5	Obligatoria.
Total.		18	22-26 semanas	
Total horas.			450 horas	

Segundo semestre

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal (18 meses): Segundo semestre	Carácter
Diseño Web, Comercio Electrónico y Experiencia de Usuario.	Estrategias Digitales.	6	7-8	Obligatoria.
Redes Sociales y Marketing de Contenidos.	Estrategias Digitales.	6	7-8	Obligatoria.
Marketing en Buscadores.	Estrategias Digitales.	6	7-8	Obligatoria.
Inteligencia de Negocio y Gestión del Dato.	Herramientas de Análisis y Métricas.	3	4-5	Obligatoria.
Total.		21	25-29 semanas	
Total horas.			525 horas	

Tercer semestre

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal (18 meses): Tercer semestre	Carácter
Analítica Web y en Redes Sociales.	Herramientas de Análisis y Métricas.	3	4-5	Obligatoria.
Display Marketing y Planificación Publicitaria.	Estrategias Digitales.	6	7-8	Obligatoria.
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	6	7-8	Obligatoria.
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	7-8	Obligatoria.
Total.		21	25-29 semanas	
Total horas.			525 horas	

La aprobación del presente plan de estudios implica la extinción del Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media por la Universidad a Distancia de Madrid (Código RUCT 4313656), declarado el carácter oficial por Acuerdo de Consejo de Ministros de 8 de marzo de 2013 (publicado en el BOE de 23 de abril, por Resolución de la Secretaría de Estado de Universidades, de 2 de abril de 2013), y cuyo Plan de Estudios fue publicado en el BOE de 13 de junio.