

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

26990 *Resolución de 12 de diciembre de 2025, de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media.*

En el ejercicio de las atribuciones que me confiere el artículo 38.I) de las Normas de Organización y Funcionamiento de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, dispongo:

Que de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario y en el artículo 27 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, una vez establecido el carácter oficial del título de Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media por esta Universidad y llevada a cabo su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo del Consejo de Ministros se ordenó la publicación del plan de estudios conducente a la obtención de las referidas enseñanzas en el «Boletín Oficial del Estado» núm. 164 de 10 de julio de 2021.

Habiéndose tramitado modificaciones en el citado plan de estudios, y una vez obtenido el 18 de septiembre de 2025 el preceptivo informe favorable de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León.

Este Rectorado, en uso de las competencias que tiene atribuidas, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, resuelve ordenar la publicación de la modificación del plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media por la Universidad Europea Miguel de Cervantes, que queda estructurado según se hace constar en el anexo a esta resolución.

Valladolid, 12 de diciembre de 2025.–El Rector, David García López.

ANEXO

Plan de Estudios del Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media

La estructuración de los contenidos formativos que abarca el plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media se vertebra sobre una estructura de tres niveles: módulo, materia y asignatura. Esta estructuración da soporte a una formación que provee las capacidades y competencias requeridas en la práctica profesional del marketing digital y social media.

Este máster se cursa en la modalidad virtual.

La distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia es la siguiente:

Tipo de materia		Créditos
BA	Formación Básica.	0
OB	Obligatorias.	54
OP	Optativas.	0

Tipo de materia		Créditos
PE	Prácticas externas.	0
TFM	Trabajo Fin Máster.	6
	Total.	60

El plan de estudios integrando toda la estructura de módulo-materia-asignatura se recoge en la siguiente tabla:

Código módulo	Módulo	ECTS	Código materia	Materia	ECTS	Código asignatura	Asignatura	ECTS	Carácter
1	General.	60	1.1	Comunicación digital y gestión del cliente online.	15	1.1.1	Dirección de Marketing Digital.	3	OB
						1.1.2	Web marketing: User Experience (UX).	6	OB
						1.1.3	CRM: gestión de la relación con los clientes.	6	OB
			1.2	Captación de clientes - Publicidad digital.	18	1.2.1	Posicionamiento en buscadores: SEO.	6	OB
						1.2.2	Social Media: gestión y publicidad en RRSS.	6	OB
						1.2.3	SEM: medios pagados en buscadores.	3	OB
						1.2.4	Publicidad digital: medios pagados y gestión de campañas.	3	OB
			1.3	Análisis de datos y optimización de resultados.	6	1.3.1	Analítica digital y métricas.	6	OB
			1.4	Visión de negocio online - Emprendimiento y estrategia.	15	1.4.1	Comercio electrónico.	3	OB
						1.4.2	Estrategia Digital: Plan de marketing digital.	6	OB
						1.4.3	Emprendimiento y Modelos de Negocio Online.	3	OB
						1.4.4	Nuevas tecnologías emergentes aplicadas al marketing digital.	3	OB
			1.5	Trabajo fin de máster.	6	1.5.1	Trabajo fin de máster.	6	TFM

Asignatura	Carácter	Curso	Semestre	ECTS
Social Media: gestión y publicidad en RRSS.	OB	1	1	6
SEM: medios pagados en buscadores.	OB	1	1	3
Publicidad digital: medios pagados y gestión de campañas.	OB	1	1	3
Posicionamiento en buscadores: SEO.	OB	1	1	6
Web marketing: User Experience (UX).	OB	1	1	6
Dirección de Marketing Digital.	OB	1	1	3
Emprendimiento y Modelos de Negocio Online.	OB	1	2	3
Nuevas tecnologías emergentes aplicadas al marketing digital.	OB	1	2	3

Asignatura	Carácter	Curso	Semestre	ECTS
Trabajo fin de máster.	TFM	1	2	6
Estrategia Digital: Plan de marketing digital.	OB	1	2	6
CRM: gestión de la relación con los clientes.	OB	1	2	6
Analítica digital y métricas.	OB	1	2	6
Comercio electrónico.	OB	1	2	3

Notas aclaratorias:

– Asignaturas de carácter básico (BA), obligatorio (OB), optativo (OP), Prácticas externas (PE) y Trabajo fin de máster (TFM)