

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

6404 *Resolución de 21 de mayo de 2013, de la Universidad a Distancia de Madrid, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing Digital y Social Media.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 8 de marzo de 2013 (publicado en el BOE de 23 de abril de 2013, por Resolución de la Secretaría de Estado de Universidades, de 2 de abril de 2013),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media.

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

Collado Villalba, 21 de mayo de 2013.–El Rector, José Andrés Sánchez Pedroche.

ANEXO**5.1 Estructura de las enseñanzas**

Distribución del plan de estudios:

Materias	Créditos ECTS
Asignaturas obligatorias	48
Optativas	0
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 de 3 de julio de 2010) y por el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero (BOE de 10 de febrero de 2011)], se detallan a continuación en una tabla los siguientes contenidos:

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal 12 meses Tiempo completo (semanas)	Organización temporal 18 meses Tiempo parcial (semanas)	Carácter
Informática Aplicada al Marketing Digital.	Informática Aplicada.	1	1	1	Obligatoria.
Entorno Digital.	El Nuevo Entorno Digital.	2	2	2-3	Obligatoria.
El Mix de Marketing Online.	Estrategia y Marketing Online.	6	5	7-8	Obligatoria.
Plan de Marketing Online.	Estrategia y Marketing Online.	3	2-3	4	Obligatoria.
CRM y Marketing Relacional.	Estrategia y Marketing Online.	3	2-3	4	Obligatoria.
Distribución y Comercio Electrónico.	Estrategia y Marketing Online.	3	2-3	4	Obligatoria.

Asignatura	Materia (Módulo)	Créditos ECTS	Organización temporal 12 meses Tiempo completo (semanas)	Organización temporal 18 meses Tiempo parcial (semanas)	Carácter
Gestión de Redes Sociales y Community Management.	Social Media y Community Management.	6	5	7-8	Obligatoria.
Gestión de Contenidos Digitales.	Social Media y Community Management.	3	2-3	4	Obligatoria.
Expresión y Comunicación Digital.	Social Media y Community Management.	3	2-3	4	Obligatoria.
Gestión de la Reputación Corporativa Online.	Social Media y Community Management.	3	2-3	4	Obligatoria.
Analítica Web y en Redes Sociales.	Métricas y Análisis.	3	2-3	4	Obligatoria.
Investigación de Mercados y Gestión de la Información.	Métricas y Análisis.	3	2-3	4	Obligatoria.
Marco Legislativo del Entorno Digital.	Regulación y Entorno Legal.	3	2-3	4	Obligatoria.
Habilidades Profesionales.	Habilidades Profesionales.	6	5	7-8	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	50 semanas	75 semanas	
Total horas estudio			1.500 h estudio	1.500 h estudio	
Estimación horas estudio diarias			6 horas estudio/día	4 horas estudio/ día	