

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

8642 *Resolución de 10 de julio de 2013, de la IE Universidad, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Gestión de la Comunicación en Redes Sociales.*

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, la Disposición Adicional Sexta del Real Decreto 1393/2007, de 30 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, una vez obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de la Calidad y Acreditación, y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 12 de marzo de 2010 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado», de 29 de abril, por Resolución del Secretario de Estado de Universidades de 7 de abril de 2010),

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Gestión de la Comunicación en Redes Sociales.

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

Segovia, 10 de julio de 2013.–El Rector, Salvador Carmona Moreno.

ANEXO**Plan de estudios conducente al título oficial de Máster Universitario en Gestión de la Comunicación en Redes Sociales por IE Universidad**

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Anexo I, Apartado 5.1 «Estructura de las enseñanzas» del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio

Distribución general del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias	54
Trabajo fin de Máster	6
Créditos totales	60

Plan de estudios resumido por módulos y materias

Claves:

OB-Materia Obligatoria.

TFM-Trabajo fin de Máster.

Módulo	Materia	Carácter	Créditos ECTS
MÓDULO I (El universo mediático <i>glocal</i>) 13 ECTS	Industrias culturales y nuevas tecnologías	OB	3
	Estructura empresarial y marco regulatorio multimedia	OB	2
	Espacios virtuales y sociedad del conocimiento	OB	3
	Filantropía, Think Tanks y tendencias sociales	OB	2
	Globalización económica y contexto tecnológico	OB	3
MÓDULO II (La sociedad en red) 14 ECTS	Comportamiento organizacional e interculturalidad	OB	3
	Comunicación interpersonal y paralenguaje	OB	3
	Audiometría y sociometría digital: redes grupales	OB	3
	Lobbies, interlocutores, mediadores y prescriptores	OB	2
	Opinión pública, ciudadanía corporativa y nativos digitales	OB	3
MÓDULO III (La gestión organizacional del conocimiento) 14 ECTS	Ética, deontología, manipulación y poder mediático	OB	2
	Mensajes, géneros y narrativa multimedia	OB	3
	Nodos informacionales y fuentes digitales	OB	3
	Relaciones con medios de comunicación y grupos de interés	OB	3
	Análisis cuantitativo y cualitativo de intangibles: Responsabilidad y reputación	OB	3
MÓDULO IV (La dirección comunicacional) 13 ECTS	Asesoría y departamentos de comunicación	OB	3
	Comunicación interna, externa, pública y privada	OB	3
	Prevención de rumores, conflictos y crisis: negociación, mediación y alianzas	OB	3
	Comunicación política y publicidad institucional	OB	2
	Marca país y marca persona	OB	2
PROYECTO FINAL 6 ECTS	Trabajo fin de Máster	TFM	6
Total créditos			60