

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

8133 *Resolución de 26 de julio de 2016, de la Universidad de Extremadura, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet.*

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, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Extremadura, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de junio de 2016 (publicado en el BOE de 6 de julio de 2016).

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 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, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet, que quedará estructurado según consta en el anexo de esta resolución.

Cáceres, 26 de julio de 2016.–El Rector, Segundo Píriz Durán.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet (Rama Ciencias Sociales y Jurídicas)

5.1 Estructura de las enseñanzas

Tabla 1. Distribución del plan de estudios en ECTS por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias	54
Trabajo fin de máster	6
Total	60

Tabla 2. Estructura modular del plan de estudios

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Redes Sociales.	Redes Sociales y Administración Electrónica.	Web 2.0, 3.0 y Redes Sociales.	6	Obligatorio.
		Community Manager. Otros Perfiles Profesionales y Redes Sociales e Internet en la Administración Pública.	6	Obligatorio.
	Regulación Jurídica y Ética en la Red.	Marco Jurídico y Responsabilidad Social en las Redes Sociales.	6	Obligatorio.
Creación de Productos Digitales.	Información On Line.	Arquitectura de la Información y Evaluación Heurística.	6	Obligatorio.
	Documentos Digitales.	Creación de Productos Digitales I.	6	Obligatorio.
		Creación de Productos Digitales II.	6	Obligatorio.
Distribución de Productos Digitales.	Recursos de Gestión On Line.	Técnicas de Distribución.	6	Obligatorio.
		Comercio Electrónico.	6	Obligatorio.

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Analítica Web.	Métricas Digitales.	Métricas Digitales.	6	Obligatorio.
Trabajo fin de Máster.	Trabajo fin de Máster.	Trabajo fin de Máster.	6	Trabajo fin de máster.

Tabla 3. Secuenciación del plan de estudios

Semestre 1.º	<p>Web 2.0, 3.0 y Redes Sociales. Community Manager. Otros Perfiles Profesionales y Redes Sociales e Internet en la Administración Pública. Marco Jurídico y Responsabilidad Social en la Red. Arquitectura de la Información y Evaluación Heurística. Creación de Productos Digitales I.</p>
Semestre 2.º	<p>Creación de Productos Digitales II. Técnicas de Distribución. Comercio Electrónico. Métricas Digitales. TFM.</p>