

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

- 12561** *Resolución de 28 de agosto de 2020, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Comunicación Transmedia.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros 7 de julio de 2020 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 18 de agosto, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 29 de julio), 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, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Comunicación Transmedia por la Universidad Internacional de La Rioja.

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

Logroño, 28 de agosto de 2020.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Comunicación Transmedia por la Universidad Internacional de La Rioja

Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas

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

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias.	42
Optativas.	0
Prácticas Externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	12
Total.	60

- Explicación general de la planificación del plan de estudios.

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Edición y Gestión de Contenidos Multimedia en Entornos Multiplataforma (18 ECTS).	<i>Storytelling</i> y Gestión de Contenidos Multiplataforma.	6	OB
	Creación y Gestión de Narrativas Audiovisuales.	6	OB
	Edición y Explotación de Imágenes y Visualizaciones Gráficas.	6	OB

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Analítica, Marketing y Gestión de Proyectos Digitales (24 ECTS).	Análisis Web y Segmentación de Audiencias.	6	OB
	Marketing Digital.	6	OB
	<i>Branded Content.</i>	6	OB
	Modelos de Negocio y Gestión de Proyectos Digitales.	6	OB
Prácticas Externas (6 ECTS).	Prácticas Externas.	6	PE
Trabajo Fin de Máster (12 ECTS).	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM