

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

11498 *Resolución de 21 de junio de 2021, de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, por la que se publica el 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.l) de las Normas de Organización y Funcionamiento de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, dispongo:

Obtenida la verificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León y declarado el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 28 de diciembre de 2018 (publicado en el BOE de 13 de febrero de 2019, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 8 enero del 2019).

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial del Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

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

Valladolid, 21 de junio de 2021.–El Rector, David García López.

ANEXO

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

El plan de estudios del título de Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media por la Universidad Europea Miguel de Cervantes está diseñado por módulos (unidad académica que incluye varias materias que se conciben de manera integrada).

La secuenciación de los diferentes módulos dentro del plan responde a un itinerario de aprendizaje basado en la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos de forma que el alumno sea capaz de reproducir todo aquello que aprende a lo largo de las distintas materias en entornos reales de trabajo, a través de las prácticas externas y el trabajo final de máster.

La explicitación tanto de las competencias y de las metodologías de enseñanza-aprendizaje como de los procedimientos o técnicas de evaluación tiene un espectro de referencia más amplio que el tradicional de materias. No obstante, se proporciona información para tener una visión completa de las mismas.

El presente título está formado por seis (6) módulos que tienen un total 60 créditos distribuidos en dos semestres.

Este máster se puede cursar en la modalidad semipresencial.

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

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

	Tipo de materia	Créditos
BA	Formación Básica.	–
OB	Obligatorias.	45
OP	Optativas.	–

Tipo de materia		Créditos
PE	Prácticas externas.	9
TFM	Trabajo Fin Máster.	6
	Total.	60

La organización del plan de estudios en los diferentes módulos se presenta en la siguiente tabla:

Módulo	ECTS	Materias	Carácter	ECTS
Captación de clientes-Publicidad digital.	18	Web marketing y estrategia SEO.	OB	6
		Publicidad digital I.	OB	6
		Publicidad digital II.	OB	6
Comunicación digital y gestión del cliente <i>online</i> .	12	Gestión y estrategia en redes sociales.	OB	6
		Planificación y gestión digital de la relación con clientes 2.0.	OB	6
Análisis de datos y optimización de resultados.	6	Analítica digital.	OB	6
Visión de negocio <i>online</i> -Emprendimiento y estrategia.	18	Estrategia en marketing digital.	OB	3
		Comercio electrónico.	OB	3
		Emprendimiento y modelos de negocio online.	OB	3
Prácticas externas.	9	Prácticas externas.	PE	9
Trabajo fin de Máster.	6	Trabajo Fin de Máster.	TFM	6