

V. OTROS ANUNCIOS

97**UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA**

Resolución de 1 de diciembre de 2024, de la Universidad Camilo José Cela, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales.

Una vez visto el informe emitido por la Fundación para el Conocimiento Madrimasd, conforme a lo establecido en el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, la Comisión de Verificación y Acreditación de Planes de Estudios del Consejo de Universidades, en su sesión del día 21 de octubre de 2024.

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales por la Universidad Camilo José Cela. El plan de estudios quedará estructurado conforme figura en el anexo de la presente resolución.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales (Ámbito: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo)

1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias (OB)	36
Prácticas Externas (PE)	14
Trabajo Fin de Grado (TFG)	10
Total.	60

2. Plan de estudios por semestre

Módulo	Materia	ECTS	Carác.	Sem.
Estudio del Entorno Digital.	Realidad digital, oportunidades, factores competitivos y estrategia; cómo emprender con éxito.	2	OB	1º
	Investigación aplicada al entorno digital; encuestas, comportamiento del internauta.	2	OB	1º
	Nuevos medios digitales: prensa digital, blogs y RRSS.	2	OB	1º
	Inglés especializado en marketing digital.	4	OB	1º
	Aspectos legales y jurídicos del marketing digital.	2	OB	1º
Marco Concep. del Marketing Digital.	Fundamentos avanzados de marketing.	2	OB	1º
	Conceptos profesionales de marketing digital.	2	OB	1º
	Plan de marketing digital.	2	OB	1º
Desarrollo y Gestión de plataformas digitales.	Diseño y desarrollo web, html, lenguajes informáticos más usuales, gestión de contenidos.	3	OB	2º
	Comercio electrónico y desarrollo de tiendas online.	3	OB	2º
Técnicas y Herramientas de Marketing Digital.	Promoción: SEO, Adwords y publicidad digital, remarketing, e-mail marketing, marketing de afiliación, marketing viral, mobile marketing.	5	OB	2º
	Gestión de redes sociales-online community management.	3	OB	2º
	Gestión de la reputación digital-online reputation management.	2	OB	2º
	Analítica Web -Google Analytics y otras herramientas analíticas.	2	OB	2º
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	14	Práct. Exter.	2º
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	TFM.	2º

Información adicional en la página web <https://www.ucjc.edu/oferta-academica/>

Villanueva de la Cañada, a 1 de diciembre de 2024.—El Rector, Jaime Olmedo Ramos.
(02/3.714/25)

