

INFORMACIÓN PARA LOS EMPLEADORES

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

ÍNDICE

SALIDAS PROFESIONALES.....	3
CONTENIDOS.....	3
COMPETENCIAS TRANSVERSALES.....	4
PRÁCTICAS EN EMPRESAS	5
CONTACTO.....	5

Salidas profesionales

Las orientaciones profesionales que pueden seguir los egresados del Máster pueden ser múltiples y muy variadas. Entre las más significativas se encuentran:

- o Director de Marketing
- o Gestor en Marketing social
- o Director Comercial
- o Product Manager
- o Community Manager
- o Especialista en Marketing digital
- o Especialista en Marketing No Lucrativo
- o Emprendedores con orientación comercial
- o Director de Comunicación
- o Director de Publicidad
- o Director de planificación estratégica de comunicación y relaciones públicas
- o Técnico/a en Comunicación, Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Institucional y social
- o Ejecutivo de Cuentas
- o Brand Manager
- o Consultores

Anualmente el Perfil de Ingreso es medido en los alumnos de nuevo ingreso y se realiza por el Coordinador del Título una valoración de los resultados obtenidos y las propuestas de mejora que puedan ser convenientes que son llevadas a la Junta de Facultad/Centro para su aprobación si es procedente, procedimiento incluido en el Sistema de Garantía de Calidad General de la UCA y de la propia titulación.

Contenidos

La siguiente figura recoge un resumen de las materias objeto de estudio en la Titulación, que recoge un módulo común, un específico y por último uno de aplicación:

El máster pretende formar a los alumnos que se matriculen en el dominio de técnicas útiles para la Planificación y Gestión de Estrategias de Marketing Digitales, tanto aplicadas a las empresas (especialmente pymes) como en las organizaciones no lucrativas. Los contenidos abarcan aspectos como el Marketing digital, viral, mobile, blended, redes sociales, SEM, SEO, entre otros.

MÓDULO COMÚN	OBLIGATORIO	Cód.	Materia	Asignatura	Créd	1º SEMESTRE
		1363001	TENDENCIAS EN INNOVACIÓN Y TIC	CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS EN ENTORNOS DIGITALES	2,5	
		1363002		INSTRUMENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL	2,5	
		1363003	INFORMÁTICA AVANZADA	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL MARKETING DIGITAL	5	
		1363004	ESTRATEGIAS PARA EL CAMBIO SOCIAL	TENDENCIAS, PROCESOS Y PROBLEMAS SOCIALES EN LA SOCIEDAD DEL SIGLO XXI	2,5	
		1363005		APLICACIONES DE MARKETING SOCIAL	2,5	

MÓDULO ESPECÍFICO	OBLIGATORIO	Cód.	Materia	Asignatura	Créd	2º SEMESTRE
		1363101	APLICACIONES DE MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA	10	
		1363102	APLICACIONES DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA EMPRESA	COMUNICACIÓN DIGITAL	5	
		1363103	APLICACIONES DE MARKETING DIGITAL EN ONL	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN LAS ONL	7,5	
		1363104	APLICACIONES DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN ONL	COMUNICACIÓN DIGITAL PARA ONL	2,5	

MÓDULO DE APLICACIÓN	OBLIGATORIO	Cód.	Materia	Asignatura	Créd	1º SEMESTRE
		1363901	METODOLOGÍA INVESTIGADORA	MÉTODOS CIENTÍFICOS Y TÉCNICAS CUALITATIVAS	4	
		1363902		TÉCNICAS CUANTITATIVAS	4	
1363903	TRABAJO FIN DE MÁSTER		12	2º SEMESTRE		

TÍTULO DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Total: 60 créditos <small>Cada crédito equivale a 25 horas de trabajo del alumno</small>
--	--

Competencias transversales

En la formación del estudiante hemos tenido en cuenta el desarrollo de habilidades para un adecuado desempeño de la actividad laboral. Las competencias transversales son unas características de la persona que se consideran esenciales en el ámbito laboral para aplicar los conocimientos al puesto de trabajo.

CÓDIGO	COMPETENCIA TRANSVERSAL
CT1	Aprendizaje autónomo avanzado y especializado.
CT2	Capacidad de análisis y síntesis.
CT3	Capacidad de gestión e información especializada.
CT4	Compromiso ético y social.
CT5	Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
CT6	Conocimiento de una lengua extranjera.
CT7	Conocimiento de informática avanzada relativa al ámbito de estudio.
CT8	Habilidades en las relaciones interpersonales.
CT9	Liderazgo.
CT10	Razonamiento crítico.
CT11	Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad.
CT12	Resolución de problemas en entornos digitales.
CT13	Sensibilidad hacia temas sociales.
CT14	Toma de decisiones.

Prácticas en empresas

La memoria del título y el programa del mismo, no incluye prácticas curriculares. Pero si contactamos con empresas y entidades para que los alumnos realicen prácticas extracurriculares con la Universidad de Cádiz. Animamos a los alumnos a participar en las prácticas extracurriculares, recomendando comenzar a partir de marzo, cuando ya se ha impartido una parte significativa del temario y se cuenta con los conocimientos para realizar una práctica de marketing digital con resultados satisfactorios.

Las prácticas extracurriculares son aquellas que los alumnos pueden realizar con carácter voluntario durante su periodo de formación y que, aun compartiendo los mismos fines que las prácticas curriculares, no forman parte del correspondiente Plan de Estudios. No obstante, serán contempladas en el Suplemento Europeo al Título, conforme determine la normativa vigente. La información para las prácticas extracurriculares puede encontrarse en: <https://uca.portalicaro.es/>

Contacto

Página web: <http://facultadccsociales.uca.es>

Correo: facultad.ccsociales@uca.es

Teléfono: 956 037008