

Relación de Competencias del Título

Máster en Dirección de Marketing Digital y Social



Facultad de Ciencias Sociales y de la
Comunicación

Relación de competencias del Título.

- *Competencias generales y específicas*

La relación de competencias que ha de adquirir el alumnado del Máster, tras completar el periodo formativo, se ha concretado considerando los planteamientos del RD 1393/2007, así como el RD 861/2010, de 2 de julio. Asimismo, se han revisado todos los planes de estudio detallados en el apartado 2.2 de la presente memoria, así como las aportaciones de los agentes externos involucrados en la definición del título.

Las competencias seleccionadas aseguran una formación específica, propia de un título de Máster Oficial y garantizan, entre otras, las competencias básicas del Máster de acuerdo con lo que figura en el Marco Español de Cualificaciones para la Enseñanza Superior (MECES) y recoge el artículo 3.3 del anexo I del RD 1393/2007. Todas estas competencias serán evaluadas según se expone en el apartado 5 de la presente memoria.

Este conjunto de competencias de carácter general y específico constituyen el **Perfil del Egreso** que resume de forma genérica las competencias que ha de tener el estudiante que supere con éxito el Plan de Estudios de la Titulación.

En el diseño del Plan de Estudios del Máster Oficial en Dirección de Marketing Digital y Social, y partiendo de la consulta realizada a los agentes implicados, se ha tenido en cuenta la definición de los objetivos generales, en forma de competencias académicas y profesionales en las que debe capacitarse al alumno, así como la manera de conseguirlas. La planificación de cómo se evaluarán las competencias y habilidades permitirá pasar del mero concepto de enseñanza al de aprendizaje.

Uno de los objetivos de la Comisión a la hora de realizar el Plan de Estudios es que estuvieran claramente definidas las competencias específicas en el conjunto del Máster.

- Competencias Básicas

Las competencias básicas o generales hacen referencia a la formación universal que un universitario de posgrado debe adquirir principalmente a lo largo del primer módulo y se desarrollan a través de las competencias transversales y específicas.

CÓDIGO	COMPETENCIA BÁSICA
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto dirigido o autónomo.

Fuente: RD 1393/2007 y elaboración propia.

- Competencias Generales

CÓDIGO	COMPETENCIA GENERAL
CG1	Capacidad de adquirir conocimientos avanzados y especializados
CG2	Capacidad de adaptación a nuevas situaciones y entornos
CG3	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
CG4	Liderazgo de grupos multidisciplinares
CG5	Comprensión de culturas y costumbres de otros países
CG6	Habilidad para trabajar de forma autónoma
CG7	Planificar y dirigir en entornos especializados
CG8	Iniciativa y espíritu emprendedor
CG9	Inquietud por la calidad
CG10	Inquietud por el éxito

Fuente: RD 1393/2007 y elaboración propia.

- Competencias Específicas

Las competencias específicas son las competencias que deben adquirir concretamente los titulados en el Máster Oficial en Gestión y Administración Pública.

CÓDIGO	COMPETENCIA ESPECÍFICA
CE1	Conocimiento avanzados sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing y la comunicación
CE2	Comprender y aplicar las ventajas diferenciales del uso de las nuevas tecnologías en el campo del marketing y la comunicación
CE3	Analizar mediante metodos tecnológicos avanzados los mercados, para poder identificar sus segmentos, establecer el posicionamiento adecuado y diseñar ofertas adaptadas a ellos
CE4	Profundizar en los conceptos y herramientas necesarios para el desarrollo de programas de marketing y comunicación en ONL mediante el uso de las TIC
CE5	Comprender y aplicar conocimientos de dirección de empresas digitales
CE6	Conocer los sistemas de creación de nuevas empresas digitales

CE7	Aplicar los conocimientos avanzados a la creación y gestión eficaz de las nuevas herramientas digitales para el desarrollo de estrategias de marketing y comunicación.
CE8	Analizar las tendencias sociales tanto en el ámbito comercial (comportamientos de compra), como en el social (comportamientos sociales).
CE9	Aplicar los conocimientos estadísticos avanzados al posicionamiento de productos, segmentación de los mercados y otras estrategias de marketing y comunicación digital
CE10	Profundizar en los conceptos y herramientas digitales necesarios para analizar un mercado social y estructurar programas de marketing social de forma que el cambio de comportamiento sea eficaz
CE11	Aplicar los conocimientos, habilidades y actitudes avanzadas adquiridas para diseñar estrategias de marketing y comunicación digital
CE12	Conocimiento avanzados sobre como funcionan los flujos de información para poder elaborar estrategias de comunicación
CE13	Conocer y saber aplicar el método científico como instrumento fundamental para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación
CE14	Profundizar en el conocimiento, las posibilidades y el uso efectivo del marketing y la comunicación por parte de las Organizaciones no Lucrativas

- Competencias Transversales

Las competencias transversales (instrumentales, personales y sistémicas) hacen referencia a la formación que un universitario debería adquirir independientemente de los estudios que curse.

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.

RELACIÓN ENTRE LAS COMPETENCIAS Y LAS ASIGNATURAS O MATERIAS													
COMPETENCIAS	ASIGNATURAS												
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13
CB6		X			X	X		X		X		X	X
CB7	X						X	X	X	X	X	X	X
CB8											X		X
CB9	X			X				X		X	X		X
CB10											X		X
CG1		X			X	X	X	X	X	X	X	X	X
CG2		X				X		X		X		X	X
CG3	X		X		X			X		X			X
CG4							X						X
CG5					X								X
CG6			X	X									X
CG7	X						X		X		X		X
CG8	X												X
CG9			X								X		X
CG10											X		X
CE1		X						X		X			X
CE2		X						X		X			X
CE3	X	X			X								X
CE4					X	X				X			X
CE5	X												X
CE6	X												X
CE7			X										X
CE8				X									X
CE9							X						X
CE10									X				X
CE11							X	X		X			X
CE12											X		X
CE13											X	X	X
CE14						X			X	X			X
CT1			X				X		X		X		X
CT2	X	X			X	X		X		X		X	X
CT3	X										X		X
CT4		X				X				X	X		X
CT5				X									X
CT6											X		X
CT7			X										X
CT8					X								X
CT9							X						X
CT10				X							X		X
CT11									X				X
CT12	X							X		X			X
CT13					X	X							X
CT14	X												X