

# Estructura General del Plan de Estudios

## Máster en Dirección de Marketing Digital y Social



Facultad de Ciencias Sociales y de la  
Comunicación

## Contenido

1.- Número de Créditos.....	3
2.- Menciones/Especialidades .....	3
3.- Denominación de módulos o materias .....	4
4.- Créditos de naturaleza obligatoria u optativa .....	5
5.- Prácticas externas .....	5
6.- Trabajo fin de máster.....	6

## 1.-Número de Créditos

El Título de Máster Oficial en Dirección de Marketing Digital y Social de la Universidad de Cádiz se estructura de manera que el estudiante a tiempo completo deberá cursar a lo largo de un año 60 créditos ECTS, ajustándose así a lo establecido en el RD 1393/2007. En ese total se incluyen 15 créditos correspondientes a materias del módulo común, 25 créditos ECTS del módulo específico y 20 créditos ECTS del módulo de Aplicación o investigador que incluye materias introductorias de investigación (8 créditos) y el trabajo fin de máster (12 créditos), según se indica en la tabla siguiente:

**Máster en Dirección de Marketing Digital y Social**  
**Créditos de los módulos**

MÓDULO	CRÉDITOS	Desglose
COMÚN	15	Metodología Investigadora = 8 Trabajo Fin de Máster = 12
ESPECÍFICO	25	
APLICACIÓN	20	

## 2.- Menciones/Especialidades

No hay

### 3.- Denominación de módulos o materias

Las materias que componen el Plan de Estudios se han agrupado en los siguientes Módulos:

#### **MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL**

<b>ASIGNACIÓN DOCENTE DE MÓDULOS, MATERIAS Y ASIGNATURAS</b>					
<b>MÓDULO</b>	<b>CTOS</b>	<b>MATERIA</b>	<b>CTOS</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>CRÉDITOS</b>
COMÚN	15	Tendencias en Innovación y TIC	5	Creación y dirección de empresas en entornos digitales	2,5
				Instrumentos de marketing y comunicación digital	2,5
		Informática avanzada	5	Herramientas informáticas para el marketing digital	5
		Estrategias para el cambio social	5	Tendencias, procesos y problemas sociales en la sociedad del siglo XXI	2,5
				Aplicaciones de Marketing social	2,5
ESPECÍFICO	25	Aplicaciones de marketing digital en la empresa	10	Estrategias de marketing digital en la empresa	10
		Aplicaciones de comunicación digital en la empresa	5	Comunicación digital	5
		Aplicaciones de Marketing digital en ONL	7,5	Estrategias de marketing digital en las ONL	7,5
		Aplicaciones de Comunicación digital en ONL	2,5	Comunicación digital para ONL	2,5
APLICACIÓN	20	Metodología investigadora	8	Método científico y técnicas cualitativas	4
				Técnicas cuantitativas	4
		Trabajo fin de máster	12	TFM	12

## 4.- Créditos de naturaleza obligatoria u optativa

El Título de Máster Oficial en Dirección de Marketing Digital y Social de la Universidad de Cádiz se estructura de manera que **el estudiante a tiempo completo deberá cursar a lo largo de un año 60 créditos ECTS**, ajustándose así a lo establecido en el RD 1393/2007.

De **naturaleza obligatoria** podemos considerar los 15 **créditos correspondientes a materias del módulo común, los 25 créditos ECTS del módulo específico** y los 20 del módulo de Aplicación.

## 5.- Prácticas externas

Actualmente el máster solo contempla prácticas extracurriculares que se gestionan a través de la plataforma Ícaro.

<http://icaro.ual.es/uca>

## 6.- Trabajo fin de máster

El Trabajo Fin de Máster estará tutelado por un profesor de la Facultad, e implicará la realización por parte del alumno de un trabajo en el que se demuestre la adquisición de las competencias adquiridas a lo largo de la titulación. El trabajo deberá presentarse por escrito y defenderse oralmente ante un tribunal nombrado por la Junta de Facultad. La realización del Trabajo Fin de Máster podrá versar sobre un trabajo de investigación o bien un trabajo de aplicación.

La información relativa a la normativa reguladora de los Trabajos Fin de Máster, adjudicación de temas, tribunales y calificación pueden ser consultados en el siguiente enlace de la web de la Facultad.

<http://ccsociales.uca.es/ccsociales/portal.do?TR=C&IDR=184>