

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con 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.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Málaga		Facultad de Comercio y Gestión	29009107
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Dirección y Gestión de Marketing Digital	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital por la Universidad de Málaga			
NIVEL MECES			
3			
RAMA DE CONOCIMIENTO		ÁMBITO DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas		Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo	No
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
FRANCISCO JAVIER CAÑETE CORRIPIO		Vicerrector de Estudios	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
FRANCISCO JAVIER CAÑETE CORRIPIO		Vicerrector de Estudios	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
BENJAMÍN DEL ALCÁZAR TOLEDO		DECANO	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Pabellón de Gobierno. Campus Universitario de El Ejido	29071	Málaga	952131038
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
vrestudios@uma.es	Málaga	952132694	
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Málaga, AM 28 de septiembre de 2023	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



# 1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

## 1.1-1.3 DENOMINACIÓN, ÁMBITO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital por la Universidad de Málaga	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
<b>RAMA</b>				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
<b>ÁMBITO</b>				
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo				
<b>AGENCIA EVALUADORA</b>				
Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía				
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>				
No existen datos				
<b>MENCIÓN DUAL</b>				
No				

## 1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

<b>UNIVERSIDAD SOLICITANTE</b>		
Universidad de Málaga		
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES</b>		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
011	Universidad de Málaga	
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS</b>		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
90		15
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
12	48	15

### 1.4-1.9 Universidad de Málaga

#### 1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
29009107	Facultad de Comercio y Gestión	Si	No

#### 1.4-1.9.2 Facultad de Comercio y Gestión

##### 1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

<b>MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO</b>		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
<b>PLAZAS POR MODALIDAD</b>		
35		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
70	35	
<b>IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE</b>		



<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	

**1.10 JUSTIFICACIÓN**

<b>JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN</b>
Ver Apartado 1: Anexo 6.

**1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE**

**OBJETIVOS FORMATIVOS**

**Principales objetivos formativos del título**

El Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital tiene como objetivo prioritario formar profesionales, analistas e investigadores/as que compaginen el rigor de sus conocimientos teóricos con excelentes habilidades en el manejo de datos empíricos y una capacidad de análisis de problemas relevantes en los ámbitos de la gestión y dirección de marketing digital.

Los objetivos formativos del programa se pueden desglosar en los siguientes apartados:

- Comprender los comportamientos de los consumidores/as en el ecosistema digital y los procesos de intercambio.
- Conocer las principales estrategias de marketing y comunicación digital, incluyendo SEO, SEM, marketing de contenidos, social media marketing, email marketing, etc.
- Aprender a utilizar herramientas y técnicas de análisis de datos, como el análisis web, de redes sociales, de datos de clientes y de ventas.
- Comprender las tendencias actuales y futuras en el marketing digital, incluyendo la inteligencia artificial, el marketing móvil y el marketing de influencia.
- Aprender herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización, investigación de mercados en entornos digitales, elaboración de sitios web y tiendas online.
- Conocer los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales.
- Comprender el método científico y las técnicas para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital.

Se garantizarán las competencias que se recogen en el [Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior, MECES 3](#).

Esta formación de posgrado permitirá al estudiantado:

1. obtener una formación de alto nivel en gestión de marketing digital con la incorporación de técnicas y herramientas para la investigación y el desempeño profesional;
2. desarrollar habilidades de análisis e interpretación de los datos y la información proveniente del mercado digital; y
3. capacitación en técnicas de investigación y conocimiento de las tendencias del marketing digital para su desarrollo profesional o para la realización del programa de doctorado en Economía y Empresa en las líneas de investigación relativas al marketing, el comportamiento del consumidor y la investigación de mercados.

**ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE**

**1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS**

**PERFILES DE EGRESO**

Acceso a Doctorado. Investigación y docencia. Titulados con responsab. en el ámbito del marketing en general y en el contexto online en particular.

<b>HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS</b>	No
--	----

**NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL**

**2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE**

**RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE**

C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos
C02 - Comprende y sabe aplicar los conceptos avanzados del marketing de afiliación y de fidelización, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en estos contextos. TIPO: Conocimientos o contenidos
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos
C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos



C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos
C06 - Conoce los fundamentos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el entorno online. TIPO: Conocimientos o contenidos
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias
COM08 - Respetar los derechos humanos, los derechos fundamentales y los valores democráticos. TIPO: Competencias
COM09 - Respetar la igualdad de género atendiendo a lo establecido en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo y el principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social. TIPO: Competencias
COM10 - Respetar los principios de accesibilidad universal para todas las personas, de conformidad con lo dispuesto en la disposición final segunda del Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre TIPO: Competencias
COM11 - Contribuir al tratamiento de la sostenibilidad y del cambio climático, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35.2 de la Ley 7/2021, de 20 de mayo, de Cambio Climático y Transición Energética. TIPO: Competencias
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas
HD06 - Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia. TIPO: Habilidades o destrezas
HD07 - Diseña y elabora sitios web y tiendas online para implementar estrategias de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas

### 3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD



### 3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

¿Cumple requisitos de acceso según legislación vigente? Sí.

De acuerdo con las previsiones del art. 75 de la Ley 15/2003, Andaluza de Universidades, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades públicas andaluzas se constituyen en un distrito único. En consecuencia, los procesos de admisión de alumnos se realizan de acuerdo con los criterios que establezca la Comisión de Distrito Único Andaluz, considerándose en los mismos la existencia de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad.

Los requisitos generales de acceso a los Másteres Universitarios son los recogidos en el artículo 18 del 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 y en concreto, para el Distrito único andaluz puede consultarse el siguiente enlace:

[https://www.juntadeandalucia.es/economiaconocimientoempresasyuniversidad/sguit?q=masteres&d=%20mo\\_requisitos\\_procedimiento.php](https://www.juntadeandalucia.es/economiaconocimientoempresasyuniversidad/sguit?q=masteres&d=%20mo_requisitos_procedimiento.php)

y cada curso académico a través de la normativa que aparece en el siguiente enlace:

<https://www.juntadeandalucia.es/boja/2023/56/45>

En la Universidad de Málaga, además se aplicarán los requisitos del Reglamento de estudios oficiales conducentes a los títulos oficiales de máster:

[https://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/cms/menu/acceso/acceso-y-admision/\\_y\\_https://www.uma.es/acceso/info/4275/master/](https://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/cms/menu/acceso/acceso-y-admision/_y_https://www.uma.es/acceso/info/4275/master/)

<https://www.uma.es/secretaria-general-uma/info/136285/nor1-grmu-reglamento-de-estudios-oficiales-conducentes-los-titulos-oficiales-de-master-de-la-universidad-de-malaga/>

#### Criterios de admisión

La Comisión Académica del Máster será la responsable de la valoración de estos criterios de admisión.

Media del expediente académico	40%
Adecuación/afinidad de la titulación de acceso	60%

En concreto, el criterio de la adecuación/afinidad de la titulación de acceso, con una ponderación del 60% se valorará de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla de adecuación/afinidad de la titulación de acceso			
Titulaciones con preferencia alta (y sus equivalentes)	Puntos	Titulaciones con preferencia baja (y sus equivalentes)	Puntos
Grado en Marketing	10	Grado en Turismo	6
Licenciatura en Investigación Comercial	10	Grado en Gestión Industrial de la Moda	6
Diplomatura en Ciencias Empresariales	9	Grado en Comunicación Audiovisual	5
Grado en ADE	9	Grado en Periodismo	5
Grado en Economía	7	Grado en Finanzas y Contabilidad	5
Grado en Publicidad	9	Grado en Gestión y Administración Pública	5
Grado en Informática	8	Grado en Sociología	5
Grado en Telecomunicaciones	7	Titulaciones del resto áreas sociales y jurídicas	5
Grado en Diseño industrial	7	Resto de titulaciones técnicas y titulaciones del área de Ciencias	4
		Titulaciones del área de Humanidades	3
		Titulaciones de área Sanitaria	2
		Titulaciones del resto de áreas*	1

#### Requisitos adicionales de admisión:

- El estudiantado procedente de países donde el español no sea la lengua oficial o no haya cursado estudios de grado en español deberá acreditar un nivel B2 o superior en español, según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- El estudiantado procedente de países donde el inglés no sea la lengua oficial deberá acreditar un nivel B1 o superior en inglés, según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- En el caso del alumnado que acredite una titulación de preferencia baja incluida en el conjunto de #Titulaciones del resto de áreas# corresponderá a la comisión académica del máster valorar su aceptación en función del perfil académico y/o profesional del candidato.

Estos requisitos y criterios de admisión se hacen públicos desde el comienzo del plazo de presentación de solicitudes hasta la finalización del proceso en la respectiva universidad, estando siempre disponibles en el enlace al [catálogo de másteres del Portal del Distrito Único Andaluz](#)

### 3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

#### Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias



MÍNIMO	MÁXIMO																
0	0																
<b>Adjuntar Convenio</b>																	
<b>Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios</b>																	
MÍNIMO	MÁXIMO																
0	0																
<b>Adjuntar Título Propio</b>																	
Ver Apartado 3: Anexo 2.																	
<b>Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional</b>																	
MÍNIMO	MÁXIMO																
0	13																
DESCRIPCIÓN																	
<p><b>Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos</b></p> <p>Las solicitudes de reconocimiento de créditos por parte del estudiantado serán revisadas por la Comisión Académica del Máster, que emitirá informe atendiendo a la adecuación de los resultados de aprendizaje adquiridos por el alumnado en la actividad profesional desarrollada o en las enseñanzas cursadas, con las asignaturas que se solicitan reconocer.</p> <p>Estas solicitudes se resolverán considerando la fundamentación académica de los posibles reconocimientos, de acuerdo con lo recogido en el artículo 10 del Real Decreto 822/2021 por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, y de acuerdo con la normativa de la Universidad de Málaga en recogida en el <a href="#">Reglamento 4/2023, de 18 de julio de 2023, sobre reconocimientos de estudios o actividades, y de la experiencia laboral o profesional, a efectos de la obtención de títulos universitarios oficiales de Graduado y Máster Universitario, así como de la transferencia de créditos.</a></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipos de reconocimiento</th> <th>Mínimo</th> <th>Máximo</th> <th>Documento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>Adjuntar convenio</td> </tr> <tr> <td>Créditos cursados en Títulos propios</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>Adjuntar documento título propio</td> </tr> <tr> <td>Créditos cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional</td> <td>0</td> <td>13 ECTS</td> <td><a href="https://www.uma.es/media/files/Punto_3_Computo_experiencia_laboral.pdf">https://www.uma.es/media/files/Punto_3_Computo_experiencia_laboral.pdf</a></td> </tr> </tbody> </table>		Tipos de reconocimiento	Mínimo	Máximo	Documento	Créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior	0	0	Adjuntar convenio	Créditos cursados en Títulos propios	0	0	Adjuntar documento título propio	Créditos cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional	0	13 ECTS	<a href="https://www.uma.es/media/files/Punto_3_Computo_experiencia_laboral.pdf">https://www.uma.es/media/files/Punto_3_Computo_experiencia_laboral.pdf</a>
Tipos de reconocimiento	Mínimo	Máximo	Documento														
Créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior	0	0	Adjuntar convenio														
Créditos cursados en Títulos propios	0	0	Adjuntar documento título propio														
Créditos cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional	0	13 ECTS	<a href="https://www.uma.es/media/files/Punto_3_Computo_experiencia_laboral.pdf">https://www.uma.es/media/files/Punto_3_Computo_experiencia_laboral.pdf</a>														
3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA																	
<p>Desde el programa se incentivará la movilidad del estudiantado con el fin de que puedan realizar una parte del título en otra universidad. Para ello, se establecen los correspondientes convenios con otros centros nacionales o extranjeros con el fin de que se puedan cursar las materias optativas o realizar prácticas o el proyecto fin de máster en otro centro. La Universidad de Málaga y la Facultad de Comercio y Gestión vienen apostando desde su creación por la internacionalización del alumnado, por lo que mantiene desde hace años relaciones de intercambio con Universidades Nacionales y Extranjeras, en una apuesta decidida por promover la movilidad de estudiantes y del personal. En los siguientes enlaces se puede consultar, el programa Erasmus Estudios, Internacional no Erasmus, el programa nacional SICUE, y las prácticas internacionales, así como la normativa de movilidad de la Universidad de Málaga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.uma.es/relaciones-internacionales/">https://www.uma.es/relaciones-internacionales/</a></li> <li><a href="https://www.uma.es/cms/base/ver/section/document/10873/movilidad-home/">https://www.uma.es/cms/base/ver/section/document/10873/movilidad-home/</a></li> <li><a href="https://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/cms/menu/plan-de-estudios/movilidad/">https://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/cms/menu/plan-de-estudios/movilidad/</a></li> <li><a href="https://www.uma.es/facultadcomercio/cms/base/ver/base/basecontent/72816/movilidad-portada/">https://www.uma.es/facultadcomercio/cms/base/ver/base/basecontent/72816/movilidad-portada/</a></li> </ul>																	
4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS																	
4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS																	
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS																	
Ver Apartado 4: Anexo 1.																	
4.1 SIN NIVEL 1																	
NIVEL 2: DISEÑO Y DESARROLLO WEB																	
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2																	
CARÁCTER	Obligatoria																



ECTS NIVEL 2		4,5
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: DISEÑO Y DESARROLLO WEB</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	4,5	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
HD07 - Diseña y elabora sitios web y tiendas online para implementar estrategias de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	4,5	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Comprende y sabe aplicar los conceptos avanzados del marketing de afiliación y de fidelización, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en estos contextos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: MARKETING PARA MOTORES DE BÚSQUEDA</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4,5	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4,5		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: MARKETING PARA MOTORES DE BÚSQUEDA</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>



Obligatoria	4,5	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4,5		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD06 - Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD07 - Diseña y elabora sitios web y tiendas online para implementar estrategias de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		



NIVEL 2: MARKETING DE CONTENIDOS		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: MARKETING DE CONTENIDOS		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4,5	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Comprende y sabe aplicar los conceptos avanzados del marketing de afiliación y de fidelización, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en estos contextos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		



HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD06 - Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: REPUTACIÓN DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4,5	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4,5		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: REPUTACIÓN DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	4,5	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4,5		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		



COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: COMERCIO ELECTRÓNICO</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4,5	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4,5		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: COMERCIO ELECTRÓNICO</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	4,5	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4,5		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Comprende y sabe aplicar los conceptos avanzados del marketing de afiliación y de fidelización, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en estos contextos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		



COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD07 - Diseña y elabora sitios web y tiendas online para implementar estrategias de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: ANÁLISIS WEB</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: ANÁLISIS WEB</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
3		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD06 - Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD07 - Diseña y elabora sitios web y tiendas online para implementar estrategias de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: SISTEMA DE GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: SISTEMA DE GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	4,5	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4,5	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	4,5	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Comprende y sabe aplicar los conceptos avanzados del marketing de afiliación y de fidelización, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en estos contextos. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD06 - Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: PUBLICIDAD EN SITIOS WEB</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4,5	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	4,5	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: PUBLICIDAD EN SITIOS WEB</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	4,5	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	4,5	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD06 - Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: MARKETING INTERACTIVO Y CONVERSACIONAL</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: MARKETING INTERACTIVO Y CONVERSACIONAL</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - Analiza la escucha social, el papel del posicionamiento en buscadores y el marketing de contenidos en la orientación estratégica de las marcas en Internet. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD06 - Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD07 - Diseña y elabora sitios web y tiendas online para implementar estrategias de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: DISEÑO DE APLICACIONES MÓVILES Y UX</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: DISEÑO DE APLICACIONES MÓVILES Y UX</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: LEGISLACIÓN PARA ENTORNOS DIGITALES</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: LEGISLACIÓN PARA ENTORNOS DIGITALES</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C06 - Conoce los fundamentos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el entorno online. TIPO: Conocimientos o contenidos		



COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: HABILIDADES DIRECTIVAS</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: HABILIDADES DIRECTIVAS</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: INTELIGENCIA DE NEGOCIO</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: INTELIGENCIA DE NEGOCIO</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		



NIVEL 2: CIBERSEGURIDAD EN MARKETING DIGITAL		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: CIBERSEGURIDAD EN MARKETING DIGITAL		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C06 - Conoce los fundamentos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el entorno online. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: DECISIONES EFICIENTES EN MARKETING DIGITAL		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: DECISIONES EFICIENTES EN MARKETING DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: HERRAMIENTAS PARA LA INVESTIGACIÓN EN MARKETING DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: HERRAMIENTAS PARA LA INVESTIGACIÓN EN MARKETING DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>



	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Comprende y sabe aplicar los conceptos avanzados del marketing de afiliación y de fidelización, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en estos contextos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: ESTADÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN EN MARKETING DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: ESTADÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN EN MARKETING DIGITAL</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		



ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: PRÁCTICAS EN EMPRESAS</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Prácticas Externas	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	13	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		13
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: PRÁCTICAS EN EMPRESAS</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Prácticas Externas	13	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		13
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias		
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias		
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias		
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias		
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias		
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias		
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias		
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas		
<b>NIVEL 2: TRABAJO FIN DE MÁSTER</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Trabajo Fin de Grado / Máster	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	17	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		17
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: TRABAJO FIN DE MÁSTER</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Trabajo Fin de Grado / Máster	17	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		17
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		



C01 - Domina las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital interactivo y el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C02 - Comprende y sabe aplicar los conceptos avanzados del marketing de afiliación y de fidelización, y los posibles planteamientos estratégicos para operar en estos contextos. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C03 - Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C04 - Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C05 - Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C08 - Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C09 - Utiliza la inteligencia artificial e inteligencia de negocio en la dirección de marcas en entornos online, así como el uso de lenguajes de programación, base de datos y diseño/arquitectura web aplicados al marketing digital. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C10 - Identifica los métodos cuantitativos y métricas para el seguimiento y evaluación del impacto de las estrategias de marketing digital y de las audiencias en medios sociales. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C11 - Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales. TIPO: Conocimientos o contenidos	
COM01 - Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados. TIPO: Competencias	
COM02 - Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital. TIPO: Competencias	
COM03 - Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos. TIPO: Competencias	
COM04 - Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital. TIPO: Competencias	
COM05 - Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital. TIPO: Competencias	
COM06 - Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales. TIPO: Competencias	
COM07 - Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos. TIPO: Competencias	
HD01 - Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD02 - Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD03 - Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD04 - Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD05 - Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos. TIPO: Habilidades o destrezas	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2	
<b>4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES</b>	
<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>	
<b>Código</b>	<b>Actividad formativa</b>
AF01	Actividades presenciales en el aula y fuera del aula (ej.: Clases teóricas y/o prácticas, tutorías, talleres, seminarios, conferencias, visitas a empresas o instalaciones, debates, juegos educativos)
AF02	Trabajo autónomo del estudiantado, actividades de trabajo corporativo, elaboración de trabajos
AF03	Actividades de evaluación formativa (exámenes, pruebas de evaluación, exposición de trabajos)
<b>METODOLOGÍAS DOCENTES</b>	
<b>Código</b>	<b>Metodología</b>
MD01	Metodologías tradicionales (Clases Magistrales)



MD02	Aula Invertida
MD03	Aprendizaje basado en proyectos
MD04	Aprendizaje cooperativo
MD05	Gamificación
MD06	Aprendizaje basado en problemas
MD07	Aprendizaje basado en el pensamiento
MD08	Aprendizaje basado en competencias
MD09	Otras metodologías innovadoras

**4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN**

Código	Sistema de evaluación
SE01	Pruebas parciales y/o finales ya sean orales o escritas o Exposiciones de trabajos (ponderación mínima:0%/ ponderación máxima 100%)
SE02	Técnicas basadas en la asistencia y/o participación activa del alumnado (ponderación mínima:0%/ ponderación máxima 100%)
SE03	Sistema de evaluación para el TFM de acuerdo a la Normativa sobre Trabajos Fin de Máster de la Universidad de Málaga y al Reglamento de TFM de la Facultad de Comercio y Gestión (ponderación mínima:0%/ ponderación máxima 100%)
SE04	Sistema de evaluación para las prácticas externas de acuerdo a la Normativa sobre Prácticas Externas de la Universidad de Málaga y al Reglamento de Prácticas Externas de la Facultad de Comercio y Gestión. (ponderación mínima:0%/ ponderación máxima 100%)

**4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS**



### 5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

<b>PERSONAL ACADÉMICO</b>
Ver Apartado 5: Anexo 1.
<b>OTROS RECURSOS HUMANOS</b>
Ver Apartado 5: Anexo 2.

### 6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

### 7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
<b>CURSO DE INICIO</b>	2014
Ver Apartado 7: Anexo 1.	

<b>7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>																			
<p><b>Procedimiento de adaptación</b></p> <p>La adaptación del plan de estudios actual a las modificaciones sustanciales que se proponen en la presente Memoria se producirá, secuencialmente, curso a curso, a partir del curso académico en el que se implante el primer curso de la titulación modificada.</p> <p>El estudiantado matriculado en la versión del plan de estudios que se modifica podrá concurrir a dos convocatorias durante los dos cursos académicos siguientes, tal y como se indica en el siguiente cuadro:</p> <p>Calendario de extinción de la versión actual del plan de estudios:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2024/2025</th> <th>2025/2026</th> <th>2026/2027</th> <th>2027/2028</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Primer curso</b></td> <td>En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)</td> <td>En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)</td> <td>Extinguido</td> <td>Extinguido</td> </tr> <tr> <td><b>Segundo curso</b></td> <td></td> <td>En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)</td> <td>En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)</td> <td>Extinguido</td> </tr> </tbody> </table>						2024/2025	2025/2026	2026/2027	2027/2028	<b>Primer curso</b>	En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	Extinguido	Extinguido	<b>Segundo curso</b>		En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	Extinguido
	2024/2025	2025/2026	2026/2027	2027/2028															
<b>Primer curso</b>	En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	Extinguido	Extinguido															
<b>Segundo curso</b>		En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	En proceso de extinción (Sin docencia y con derecho a examen)	Extinguido															

Independientemente de lo anterior, este alumnado podrá adaptarse al plan modificado en cualquier curso académico sin necesidad de solicitar plaza a través del procedimiento de preinscripción.

El procedimiento administrativo para para efectuar la adaptación se iniciará a solicitud de la persona interesada, dirigida al Decano/a del Centro, durante el correspondiente plazo oficial para la matriculación y le otorgará el derecho a formalizar matrícula, así como a obtener el reconocimiento de créditos de acuerdo con las tablas de adaptación que se exponen a continuación:

MÁSTER # PLAN ACTUAL			MÁSTER # PLAN NUEVO (2024/2025)		
Dirección Comercial	OB	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
Marketing Estratégico	OP	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
Marketing Digital	OB	3	Estrategia de marketing digital	OB	4,5 ECTS
Marketing de fidelización online	OB	3			
Creatividad Digital	OB	3 ECTS	Marketing de Contenidos	OB	4,5 ECTS
Reputación de Marca online	OB	3 ECTS	Reputación Digital	OB	4,5 ECTS
Social Media Marketing	OB	3 ECTS	Estrategia de redes sociales	OB	4,5 ECTS
Publicidad online	OB	3 ECTS	Publicidad en sitios web	OB	4,5 ECTS
Comercio Electrónico	OB	3 ECTS	Comercio electrónico	OB	4,5 ECTS
Comportamiento del e-consumidor de contenidos digitales	OB	3 ECTS	Análisis web	OB	3 ECTS
Mobile Marketing	OB	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
Tecnologías y herramientas web	OB	4,5 ECTS	Diseño y desarrollo web	OB	4,5 ECTS
Modelos, técnicas y herramientas para el diseño de bases de datos	OB	4,5 ECTS	Sistemas de gestión de las relaciones con los clientes	OB	3 ECTS
Aplicaciones Móviles	OP	3 ECTS	Diseño en aplicaciones móviles y UX	OB	3 ECTS
Seguridad de Redes y Transacciones online	OB	3 ECTS	Ciberseguridad en marketing digital	OP	3 ECTS
Sistemas de Información Geográfica para el Marketing	OP	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
Nuevas Tecnologías y Marketing	OP	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
La responsabilidad civil en la sociedad de la información	OB	3 ECTS	Legislación para entornos digitales	OP	3 ECTS
Habilidades directivas I	OB	3 ECTS	Habilidades directivas	OP	3 ECTS
Habilidades directivas II	OB	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
Metodología para la investigación	OB	3 ECTS	Metodología para la investigación	OP	3 ECTS



Técnicas para la toma de decisiones en Marketing	OB	3 ECTS	Decisiones eficientes en Marketing Digital	OP	3 ECTS
Estadística avanzada para Marketing y Gestión	OB	3 ECTS	Estadística aplicada a la investigación en marketing digital	OP	3 ECTS
Prácticas en empresa	OB	6 ECTS	Prácticas en empresa	OB	13 ECTS
Trabajo fin de máster	OB	12 ECTS	Trabajo fin de máster	OB	17 ECTS

### 7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO ESTUDIO - CENTRO

## 8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

### 8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

ENLACE <https://www.uma.es/facultadcomercio/info/18829/calidad-fcg/>

### 8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA

En el proceso **PA04. Información y comunicación del SGC de los Centros** se desarrolla cómo se gestiona la información y comunicación, tanto en la página web de la Universidad de Málaga, como en las páginas web de los Centros y títulos oficiales de Máster.

La estructura de la página web de los títulos de Máster de la Universidad de Málaga se ha elaborado teniendo en cuenta las exigencias que establece la ACCUA en la Guía para el Seguimiento de los títulos oficiales de Máster, para la difusión de la información pública disponible.

En la página web de la UMA se puede acceder a toda la información actualizada del **Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital** o en <https://www.uma.es/masteres-oficiales/>

No obstante, el estudiantado siempre podrá dirigirse a la Coordinación del Máster o a los servicios administrativos para solventar cualquier duda que les pudiera surgir con anterioridad o posterioridad a su matrícula. La web estará sometida a una actualización continua por parte de la Coordinación del Máster con el fin de ofrecer información veraz, completa y totalmente actualizada.

Dicha información junto con la relativa a los autoinformes e informes de seguimiento de la ACCUA también están disponibles desde la **página web del centro**.

Además, en la web del título aparece el enlace a la **web promocional del máster**, cuya finalidad es promover el máster, incluyendo noticias, un blog con contenidos sobre marketing digital, información general del máster, etc., y permite acceder a las redes sociales directamente.

La anterior información se completa con la relativa al proceso de preinscripción y matrícula suministrada de forma centralizada para todas las universidades del sistema andaluz, desde el portal **web del Distrito Único Andaluz de la Junta de Andalucía**, que incluye la ficha del Máster donde se resumen las características del mismo y el enlace a la web del Título.

#### Apoyo y orientación al estudiantado, tras su matrícula

Centrándonos en la información de interés para el alumnado, además de los canales anteriormente comentados la Facultad de Comercio y Gestión dispone de una Sala de Estudiantado, en el Campus Virtual (plataforma Moodle). En ella, en cada curso, se proporciona información inmediata al alumnado mediante un foro que envía automáticamente mensajes al correo electrónico. Se emplea fundamentalmente para reforzar la información administrativa publicada en la web (plazos, procedimientos, etc.), para aportar datos de interés relacionados con actividades complementarias (conferencias, seminarios, muestras, concursos, etc.) y para realizar avisos urgentes, como pueden ser los cambios relacionados con algún aspecto de carácter organizacional (horarios, asignación de espacios, etc.). Se informa también por este foro de la oferta de prácticas extracurriculares.

Además, se mantienen otras vías de comunicación, como por ejemplo la **Guía del estudiantado**, facilitando el acceso público online desde hace dos años en la web de la Facultad de Comercio y Gestión.

Asimismo, el centro posee tableros de anuncios y pantallas en sus instalaciones para la emisión de noticias e información relevante a la comunidad universitaria.

La Facultad de Comercio y Gestión dispone también de perfiles en **Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube**, en el que se informa no solo al estudiantado, sino también a la sociedad y a la comunidad online de las distintas actividades y contenidos en relación con este Máster. Estos perfiles están asociados a la página web del máster con la finalidad de que aquellos que estén interesados puedan ampliar la información.

Existen dos grandes eventos presenciales en el Máster, en el que participa el equipo decanal del centro y la coordinación del mismo:

1. Acto de Bienvenida para el alumnado de nuevo ingreso. En este encuentro reciben información general sobre el funcionamiento de la universidad, del centro, la web, recursos bibliográficos de la UMA, Campus Virtual y registro en DUMA, sobre contenidos del título, normativas y procedimientos para cursar asignaturas (Prácticas en empresa, Trabajos Fin de Máster), los órganos de representación y gobierno, la participación estudiantil, el sistema de quejas y sugerencias, movilidad, entre otras cuestiones prácticas.
2. Graduación del alumnado. Se suele realizar a la finalización del máster y no sólo se dirige al alumnado sino también a sus familiares más cercanos. Además, esta graduación se diseña a través de las distintas redes sociales y en las secciones de las webs del máster y del centro.

La Facultad dispone también de una Sala de Antiguos/as alumnos/as en el Campus Virtual que permite tener contacto con el alumnado egresado. Además, para aumentar dicho contacto desde el Centro se ha apoyado la creación de la Asociación **#Onalumni#** de alumnado egresado. Esta asociación nace con la intención de reforzar el orgullo de pertenencia y comunidad, generando una comunicación e información más fluida entre los egresados, desarrollando sinergias entre ellos y labores de *mentoring* entre egresados/as activos/as laboralmente y el estudiantado que cursa sus estudios en la Facultad. Además, ofrece la posibilidad de generar un canal de escucha para las nuevas demandas que los/las profesionales consideran relevantes para su formación complementaria y de reciclaje actual o en futuro.

### 8.3 ANEXOS



Ver Apartado 8: Anexo 1.

## PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
52360884G	BENJAMÍN	DEL ALCÁZAR	TOLEDO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Edificio Complejo de Estudios Sociales y Comercio	29071	Málaga	Málaga
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
bdalcazar@uma.es	951952065	951952223	DECANO
REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
33393409P	FRANCISCO JAVIER	CAÑETE	CORRIPIO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Pabellón de Gobierno. Campus Universitario de El Ejido	29071	Málaga	Málaga
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
vrestudios@uma.es	952131038	952132694	Vicerrector de Estudios
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.			
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
33393409P	FRANCISCO JAVIER	CAÑETE	CORRIPIO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Pabellón de Gobierno. Campus Universitario de El Ejido	29071	Málaga	Málaga
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
vrestudios@uma.es	952131038	951952704	Vicerrector de Estudios



## Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1\_Justificación.pdf

HASH SHA1 :9C9B398797F7B1985FDF28BFE10CD1564A9611D7

Código CSV :711001838824137379189269

Ver Fichero: 1\_Justificación.pdf



#### **Apartado 4: Anexo 1**

Nombre :4\_Planificación enseñanzas.pdf

HASH SHA1 :217E24E0920E14B2A06E2B32CAC1B7432C364A71

Código CSV :711002827688569177246131

Ver Fichero: 4\_Planificación enseñanzas.pdf



## Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1\_Personal académico.pdf

HASH SHA1 :473AB62C690EDCF37CDFCF477B0B5D121FCBC535

Código CSV :711003396214807518600383

Ver Fichero: 5.1\_Personal académico.pdf



## Apartado 5: Anexo 2

Nombre :5.2\_Apoyo docencia.pdf

HASH SHA1 :45577246371862ADD409E09E4E2D8C4CD318AD34

Código CSV :680412609426007284191909

Ver Fichero: 5.2\_Apoyo docencia.pdf



## Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6\_Recursos materiales.pdf

HASH SHA1 :0DD34FA764E705855863281B0AFBC63C81002881

Código CSV :711003504931312084078849

Ver Fichero: 6\_Recursos materiales.pdf



## Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7\_Calendario implantación.pdf

HASH SHA1 :A67105263EBA517885E65533D7EB17F86EA68B69

Código CSV :683579959471682312118410

Ver Fichero: 7\_Calendario implantación.pdf



## **Apartado 8: Anexo 1**

Nombre :Anexo 1.pdf

**HASH SHA1** :3F8759E307A294B2F3439B758F191F4C6CF4037F

**Código CSV** :711004387062008901486218

Ver Fichero: Anexo 1.pdf



## **Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1**

**Nombre :**DF\_Vicerrector\_Verificacion\_Modificacion\_Master.pdf

**HASH SHA1 :**A2486E26EC6EFD5A4A9E1A231673F9BDA9C69F70

**Código CSV :**679988643634265556187064

**Ver Fichero:** DF\_Vicerrector\_Verificacion\_Modificacion\_Master.pdf



