

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL

Para obtener el título de Máster Universitario en Dirección y Gestión del Marketing Digital el alumno debe obtener, al menos, 75 créditos ECTS. Las materias se organizan en 3 semestres (2 cursos académicos). El plan de estudios propone dos itinerarios formativos: itinerario académico/investigador e itinerario profesional.

Con carácter general se elegirá un único itinerario. En el caso de desear cursar ambos itinerarios, el alumno tendrá que matricular y superar las asignaturas optativas vinculadas a cada itinerario.

En cualquier caso solo es posible cursar y superar un único TFM.

PRIMER CURSO:

Primer semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
101	- Creatividad Digital	3
102	- Dirección Comercial	3
103	- El Comportamiento del e-Consumidor de Contenidos Digitales	3
104	- Habilidades Directivas I	3
105	- La Responsabilidad Civil en la Sociedad de la Información	3
106	- Marketing Digital	3
108	- Modelos, Técnicas y Herramientas para el Diseño de Bases de Datos	4,5
109	- Social Media Marketing	3
110	- Tecnologías y Herramientas Web	4,5

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
112	- Comercio Electrónico	3
115	- Marketing de Fidelización Online	3
117	- Mobile Marketing	3
120	- Publicidad Online	3
121	- Reputación de Marca Online	3
122	- Seguridad de Redes y Transacciones Online	3

y

Asignaturas optativas, por un total de 12 créditos, a elegir por el alumno de entre las asignaturas siguientes:

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
113	- Estadística Avanzada para Marketing y Gestión (Obligatoria Itinerario Académico/Investigador)	3
114	- Habilidades Directivas II (Obligatoria Itinerario Profesional)	3
116	- Metodología de la Investigación (Obligatoria Itinerario Académico/Investigador)	3
119	- Prácticas en Empresas (Obligatoria Itinerario Profesional)	6
124	- Técnicas para la Toma de Decisiones en Marketing (Itinerario Académico/Investigador)	3

Elegir, obligatoriamente, SOLO UNA DE ESTAS TRES asignaturas (independientemente del itinerario elegido):

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
111	- Aplicaciones Móviles	3
118	- Nuevas Tecnologías y Marketing	3
123	- Sistemas de Información Geográfica para el Marketing	3

SEGUNDO CURSO:

Elegir sólo un TFM (según el itinerario elegido en el primer curso):

Primer semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
201	- Trabajo Fin de Máster (Académico/Investigador)	15
202	- Trabajo Fin de Máster (Profesional)	15

Podrán ampliar información en <http://www.uma.es/masteres-oficiales/> y en <https://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/>