



MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL

Centro Responsable: Facultad de Marketing y Gestión	Coordinadora Académica: Dra. Patricia P. Iglesias Sánchez
Orientación: Profesional e Investigadora	Unidades participantes: <ul style="list-style-type: none">• Universidad de Málaga
Duración (ECTS): 90 créditos	
Modalidad: Presencial Lengua utilizada en el proceso formativo: Castellano	
Periodo lectivo: 2 cursos académicos	

Régimen de estudios: Tiempo Completo (los estudiantes deberán matricular, al menos 60 créditos)/ Tiempo parcial (los estudiantes que realicen por primera vez su matrícula en el primer curso del plan de estudios deberán formalizar su matrícula en un mínimo de 24 créditos).

Más info: <http://www.uma.es/secretariageneral/newsecgen/>

Conocimientos, competencias y habilidades:

Conocimientos

- 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.
- 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.
- C03 Adquiere conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing sobre una perspectiva científica y profesional.
- C04 Identifica la estrategia de marketing digital, selecciona medios y plataformas, analiza los agentes e identifica los planes de medios online.
- C05 Comprende el método científico y las técnicas principales para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing y comunicación digital.
- C06 Conoce los fundamentos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el entorno online.
- 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.
- C08 Clasifica el perfil del/la cliente ideal en entornos online y determina las estrategias de comunicación idóneas.
- 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.
- 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.
- C11 Comprende las técnicas cuantitativas para reforzar la toma de decisiones y las competencias emprendedoras y profesionales.

Competencias generales

- COM01 Argumentar conclusiones y propuestas de manera clara y sin ambigüedades a públicos especializados y no especializados.
- COM02 Integrar la dimensión ética, social y medioambiental (ODS) en el desempeño profesional y en los asuntos de negocio en el entorno digital.
- COM03 Continuar aprendiendo de manera autodirigida y autónoma los nuevos entornos y plataformas digitales para su aplicación a proyectos.
- COM04 Innovar y generar nuevas ideas en entornos de negocio y marketing digital.
- COM05 Liderar y desarrollar el trabajo en equipo en el ámbito de marketing digital.
- COM06 Analizar y sintetizar las fuerzas del mercado, así como valorar críticamente situaciones empresariales en entornos digitales.
- COM07 Gestionar información especializada y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos.

Competencias transversales



COM08 Respetar los derechos humanos, los derechos fundamentales y los valores democráticos.

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.

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

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.

Habilidades

HD01 Maneja herramientas informáticas y/o cuantitativas aplicadas al marketing, monitorización e investigación de mercados en entornos digitales.

HD02 Desarrolla estrategias y planes para la resolución de problemas en el ámbito del marketing digital.

HD03 Ejecuta modelos, técnicas y lenguajes para desarrollar procesos de marketing automatizado aplicando las últimas tendencias en dispositivos móviles y nuevos medios emergentes.

HD04 Elabora planes para liderar, motivar, coordinar y dirigir proyectos de marketing digital.

HD05 Realiza proyectos o trabajos de investigación en el ámbito de marketing digital, aplicando conocimientos adquiridos.

HD06 Crea contenidos creativos adaptados a las singularidades de las distintas plataformas sociales y perfiles de audiencia.

HD07 Diseña y elabora sitios web y tiendas online para implementar estrategias de marketing digital.



Plan de estudios abreviado:

Para obtener el título el alumnado debe cursar y superar 48 créditos obligatorios comunes, 12 créditos optativos en el primer curso. En el segundo curso, realizar 13 ECTS de Prácticas en Empresa y los 17ECTs del TFM. (*) El alumnado tendrá la posibilidad, si lo desea, de cursar sus estudios en el Máster de Dirección y Gestión de Marketing Digital optando por dos posibles enfoques: académico o profesional. En caso que deseará seguir uno de ellos se sugiere elegir para completar los 12 ECTS de materias optativas las siguiente asignaturas:

- La orientación académica/investigadora (12 ECTS) pretende formar al alumno en materias y asignaturas orientadas a una actividad investigadora, por lo que se estructura en base a las materias centradas en dichas competencias y habilidades y que está compuesta por:
 - Metodología para la investigación (3 ECTS)
 - Decisiones eficientes en el marketing digital (3 ECTS)
 - Herramientas para la investigación en marketing digital (3 ECTS)
 - Estadística aplicada a la investigación en marketing digital (3 ECTS)

En este caso, además de cursar estas asignaturas se da la opción de realizar un TFM con una orientación investigadora (17ECTs). Esta orientación puede ser especialmente interesante para alumnado que quiera acceder a los estudios de doctorado.
- Por su parte la orientación profesional (12 ECTS)-en donde se pretende que el alumno pueda complementar los conocimientos y habilidades adquiridas en el transcurso del máster, con otras materias adicionales que aportan valor añadido y aspectos específicos se sugiere se complete con las siguientes asignaturas:
 - Habilidades Directivas (3 ECTS)
 - Legislación para entornos digitales (3 ECTS)
 - Inteligencia de negocio (3 ECTS)
 - Ciberseguridad en marketing digital (3 ECTS)

De forma análoga, el alumnado que considere más interesante el enfoque profesional además de cursar preferentemente estas materias optativas podrá ser consecuente orientando su TFM hacia un enfoque de carácter más práctico sobre un proyecto dentro del ámbito del máster.

De cualquier forma, el estudiantado podrá optar libremente por completar los 12 créditos optativos combinando las asignaturas como considere oportuno, incluso combinando las dos orientaciones.

Cursos

Curso 1	ECTS: 4,5 Materias/asignaturas: Diseño y desarrollo Web Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano	ECTS: 3 Materias/asignaturas: Sistemas de gestión de las relaciones con los clientes Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano
	ECTS: 4,5 Materias/asignaturas: Estrategia de marketing digital Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano	ECTS: 4,5 Materias/asignaturas: Estrategia de redes sociales Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano
	ECTS: 4,5 Materias/asignaturas: Marketing para motores de búsqueda Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano	ECTS: 4,5 Materias/asignaturas: Publicidad en sitios web Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano
	ECTS: 4,5 Materias/asignaturas: Marketing de Contenidos Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano	ECTS: 3 Materias/asignaturas: Marketing Interactivo y Conversacional Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: Presencial Lengua: Castellano



ECTS: 4,5

Materias/ asignaturas: **Reputación Digital**

Tipología (carácter): **Obligatoria**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 4,5

Materias/ asignaturas: **Comercio electrónico**

Tipología (carácter): Obligatoria

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Diseño en aplicaciones móviles y UX**

Tipología (carácter): **Obligatoria**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Legislación para entornos digitales**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Análisisweb**

Tipología (carácter): Obligatoria

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Habilidades directivas**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Inteligencia de Negocio**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Ciberseguridad en marketing digital**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Metodología para la investigación**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Decisiones eficientes en Marketing Digital**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Herramientas para la investigación en marketing digital**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

ECTS: 3

Materias/ asignaturas: **Estadística aplicada a la investigación en marketing digital**

Tipología (carácter): **Optativa**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

Curso 2

ECTS: 13

Materias/ asignaturas: **Prácticas en empresas**

Tipología (carácter): **"Prácticas Externas"**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano



ECTS: 17

Materias/asignaturas: **Trabajo fin de máster**

Tipología (carácter): **“TFM”**

Modalidad: Presencial

Lengua: Castellano

Perfil de ingreso y requisitos de formación previa:

Podrán acceder al Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital quienes estén en posesión del título español de Arquitecto, Ingeniero, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Graduado, Diplomado, Maestro o cualquier otro declarado expresamente equivalente.

Al máster tendrán acceso preferente quienes acrediten titulaciones consideradas afines al Máster propuesto y/o relacionadas con el ámbito tecnológico. Conforme a lo anterior, se definen como titulaciones con acceso preferente:

- Grado en Marketing e Investigación de Mercado
- Licenciatura en Investigación Comercial
- Diplomatura en Ciencias Empresariales
- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Economía
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Ingeniería Informática
- Grado en Tecnologías de Telecomunicación
- Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo del Producto.
- Y todos aquellos antiguos títulos de Licenciaturas, diplomaturas y/o ingenierías relacionadas con los mencionados anteriormente.

Igualmente podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos extranjeros –con títulos afines a los relacionados anteriormente- sin necesidad de la previa homologación de sus títulos, con la comprobación previa que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos españoles de Grado y que facultan en



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

el país expedidor del título para el acceso a estudios de Posgrado.

Para quienes acrediten una titulación distinta a las relacionadas anteriormente, corresponderá al Coordinador/a, asistido por la Comisión Académica del Máster, valorar su aceptación en función del perfil académico y/o profesional del candidato.



Criterios de admisión:

- a. Expediente académico de los alumnos candidatos: 40%
- b. Adecuación/afinidad de la titulación de acceso: 60 %

Requisitos adicionales de admisión:

- a. 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.
- b. 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.

Plazas: 35

Importe aproximado de Matrícula (precios públicos 18/19):
13,68 euros/crédito

Información sobre Fechas y plazos para la preinscripción

<http://www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa/sguit/>
<http://www.infouma.uma.es/acceso/>

Más información / Contactos:

Preinscripción y Acceso: acceso_master@uma.es

Centro responsable:

secmarketingygestion@uma.es

Coordinación Académica: Mmarketingdigital@uma.es

Web del Máster: <http://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/>

Web posgrado UMA: <http://www.uma.es/masteres-oficiales/info/124210/listado-de-masteres/>