

## 7. Calendario de implantación

### 7.1.- Cronograma de implantación

Curso de inicio de la titulación:	2014-2015
Curso de inicio de la modificación propuesta:	<b>2024/2025</b>
Cronograma:	Primer curso se empezará a impartir en 2024-2025 Segundo curso se empezará a impartir en 2025- 2026

### 7.2.- Procedimiento de adaptación

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.

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:

Calendario de extinción de la versión actual del plan de estudios:

	<b>2024/2025</b>	<b>2025/2026</b>	<b>2026/2027</b>	<b>2027/2028</b>
<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:

<b>MÁSTER - PLAN ACTUAL</b>			<b>MÁSTER - PLAN NUEVO (2024/2025)</b>		
Dirección Comercial	OB	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
Marketing Estratégico	OP	3 ECTS	CRÉDITOS OPTATIVOS	OP	3 ECTS
Marketing Digital	OB	3 ECTS	Estrategia de marketing digital	OB	4,5 ECTS
Marketing de fidelización online	OB	3 ECTS			
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

Al tratarse de una modificación sustancial del título de Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital no se extingue ningún título.