

### III. OTRAS DISPOSICIONES

#### UNIVERSIDADES

**5983** *Resolución de 12 de marzo de 2024, de la Universidad de Málaga, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital.*

De acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, y en el artículo 27 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, una vez establecido el carácter oficial del título de Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital por la Universidad de Málaga, y llevada a cabo su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo de Consejo de Ministros, de 26 de septiembre de 2014 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 18 de octubre de 2014), mediante resolución de esta Universidad, de fecha 27 de octubre de 2014, se ordenó la publicación del plan de estudios conducente a la obtención de las referidas enseñanzas en el «Boletín Oficial del Estado» y en el «Boletín Oficial de la Junta de Andalucía».

Habiéndose tramitado modificaciones en el citado plan de estudios, y una vez obtenido, el 26 de febrero de 2024, el preceptivo informe favorable de la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía,

Este Rectorado, en uso de las competencias que tiene atribuidas, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, resuelve ordenar la publicación de la modificación del plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital por la Universidad de Málaga, que queda estructurado según se hace constar en el anexo a esta resolución.

Málaga, 12 de marzo de 2024.–El Rector, Juan Teodomiro López Navarrete.

#### ANEXO

#### **Plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital por la Universidad de Málaga**

*Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia*

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias (OB).	48
Optativas (OP).	12
Prácticas externas (PE).	13
Trabajo Fin de Máster (TFM).	17
Total.	90

*Estructura de las enseñanzas por módulos y asignaturas*

## Módulo Asignaturas obligatorias

Asignaturas	Créditos	Carácter
Análisis Web.	3	OB
Comercio Electrónico.	4,5	OB
Diseño en Aplicaciones Móviles y UX.	3	OB
Diseño y Desarrollo Web.	4,5	OB
Estrategia de Marketing Digital.	4,5	OB
Estrategia de Redes Sociales.	4,5	OB
Marketing de Contenidos.	4,5	OB
Marketing Interactivo y Conversacional.	3	OB
Marketing para Motores de Búsqueda.	4,5	OB
Publicidad en Sitios Web.	4,5	OB
Reputación Digital.	4,5	OB
Sistemas de Gestión de las Relaciones con los Clientes.	3	OB

## Módulo Asignaturas optativas

Asignaturas	Créditos	Carácter
Ciberseguridad en Marketing Digital.	3	OP
Decisiones Eficientes en Marketing Digital.	3	OP
Estadística Aplicada a la Investigación en Marketing Digital.	3	OP
Habilidades Directivas.	3	OP
Herramientas para la Investigación en Marketing Digital.	3	OP
Inteligencia de Negocio.	3	OP
Legislación para Entornos Digitales.	3	OP
Metodología para la Investigación.	3	OP

## Módulo Prácticas en Empresas

Asignaturas	Créditos	Carácter
Prácticas Externas.	13	PE

## Módulo Trabajo Fin de Máster

Asignaturas	Créditos	Carácter
Trabajo Fin de Máster.	17	TFM

## Organización temporal del plan de estudios

## Primer curso

Asignaturas	Créditos	Carácter	Semestre
Análisis Web.	3	OB	1
Comercio Electrónico.	4,5	OB	1
Diseño y Desarrollo Web.	4,5	OB	1
Estrategia de Marketing Digital.	4,5	OB	1
Marketing de Contenidos.	4,5	OB	1
Marketing para Motores de Búsqueda.	4,5	OB	1
Reputación Digital.	4,5	OB	1
Diseño en Aplicaciones Móviles y UX.	3	OB	2
Estrategia de Redes Sociales.	4,5	OB	2
Marketing Interactivo y Conversacional.	3	OB	2
Publicidad en Sitios Web.	4,5	OB	2
Sistemas de Gestión de las Relaciones con los Clientes.	3	OB	2
Ciberseguridad en Marketing Digital.	3	OP	2
Decisiones Eficientes en Marketing Digital.	3	OP	2
Estadística Aplicada a la Investigación en Marketing Digital.	3	OP	2
Habilidades Directivas.	3	OP	2
Herramientas para la Investigación en Marketing Digital.	3	OP	2
Inteligencia de Negocio.	3	OP	2
Legislación para Entornos Digitales.	3	OP	2
Metodología para la Investigación.	3	OP	2

## Segundo curso

Asignaturas	Créditos	Carácter	Semestre
Prácticas Externas.	13	PE	3
Trabajo Fin de Máster.	17	TFM	3