

Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media (extinguido)

Este plan de estudios es un título **extinguido**, sustituido por el Máster Universitario en Marketing Digital y Redes Sociales

El último curso académico en el que se impartió docencia en este plan de estudios fue 2020/2021

Presentación

El Máster Oficial en Marketing Digital y Social Media pone su énfasis en los aspectos claves del marketing online, el comercio electrónico y los social media; formando a profesionales del Marketing en toda su generalidad, y a la vez, especializándolos desde la perspectiva del nuevo entorno digital. Y para ello el Programa contará con múltiples recursos digitales, casos prácticos, y otros elementos, que facilitan el aprendizaje y la aplicación práctica de los contenidos.

Hoy en día, Internet es el canal de comunicación más potente que existe, y frente a estos cambios los profesionales del Marketing no pueden permanecer impasibles. Facebook supera ya los 800 millones de usuarios en todo el mundo, Twitter los 200 millones, y en Youtube se estima que se reproducen casi 5.000 millones de videos al mes. Además, en países como Gran Bretaña o Estados Unidos, Internet es ya el segundo medio por audiencia, aunque en los segmentos más jóvenes de la sociedad ya es el primero en audiencia.

Por tanto, se hace necesaria la presencia de profesionales dedicados al marketing *on line*, capaces de impulsar en las empresas las potentes herramientas que el nuevo entorno digital ofrece a las empresas.

El Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media es un título oficial cuyo plan de estudios está publicado en el [BOE número 141 de 13 de junio de 2013](#).

Dirigido a

El Máster se dirige principalmente a Licenciados o Graduados o Diplomados de la rama de las Ciencias Sociales (preferentemente con estudios de Marketing, Comunicación, Publicidad, Periodismo, Empresariales, Economía, Sociología, etc., sin perjuicio a todos aquellos con titulación universitaria de otras ramas y que están interesados en especializarse en las áreas del marketing digital, el comercio electrónico y los social media. También a todos aquellos emprendedores que desean iniciar negocios que tengan como base el entorno digital y necesiten conocer las claves y oportunidades que ofrece Internet.

Objetivos del máster

El objetivo del Máster Oficial en Marketing Digital y Social Media es capacitar a profesionales de primer nivel que necesitan implementar y desarrollar con éxito estrategias de marketing para llegar a los consumidores en los mercados actuales y a través de los nuevos medios digitales.

Al finalizar el Máster, el alumno estará capacitado para:

Dominar las técnicas del comercio electrónico, de la venta en la Red y de la generación de tráfico hacia las páginas web.

Fijar objetivos adecuados al marketing *on line*, así como evaluar el retorno de la inversión de dichas acciones.

Profundizar en temas de posicionamiento, desarrollo de webs de éxito, CRM, *e-mail* marketing o Social Media Marketing.

Realizar estrategias de marketing digital así como de diseñar campañas publicitarias en Internet.

Cambiar la forma en la cual la empresa se relaciona, comunica y gestiona su relación con los clientes y mercados, para adaptarlos a la economía y a la sociedad actual.

Sistema de enseñanza

El modelo de formación de la UDIMA está basado en la educación a distancia, haciendo uso intensivo de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) para facilitar el proceso educativo.

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización y, en su caso, superación de diferentes tipos de actividades. Los pesos porcentuales establecidos para evaluar las actividades de cada asignatura serán descritos en detalle en la ficha de cada módulo o asignatura contenida en la planificación de la enseñanza y se establecerán a partir de los máximos y mínimos establecidos en la siguiente tabla:

Participación en actividades de aprendizaje	≤ 10%
Controles	≤ 20%
Actividades de Evaluación Continua (AEC):	≤ 30%
Examen final presencial	≥ 50%
TOTAL	100%

En todas las asignaturas se realiza un seguimiento académico del estudiante a través de la calificación de actividades didácticas basadas en las características del Espacio Europeo de Educación Superior.

Oficialidad del título

[Registro del título oficial en el RUCT](#)

Plan de estudios

El Título de **Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media** comprende 60 créditos ECTS repartidos de la siguiente forma:

Distribución del Plan de Estudios en créditos ECTS	
Obligatorias	48
Trabajo fin de Máster	6
Prácticas externas	6
TOTAL	60

El Programa formativo del **Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media** comprende los siguientes módulos:

El Módulo **«Informática Aplicada»**, a través de la asignatura que lo compone, "Informática Aplicada al Marketing Digital", trata de desarrollar conocimientos acerca de las tecnologías de la información y la comunicación que debe poseer un profesional del Marketing en entornos tecnológicos, así como las habilidades de análisis, tratamiento, interpretación, elaboración y estructuración de la información digital imprescindibles en el sector. El módulo hará especial hincapié en el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo, y su aplicación en el entorno del marketing digital.

El Módulo de **«El Nuevo Entorno Digital»**, a través de la asignatura que lo compone, "Entorno Digital", trata de desarrollar los conocimientos esenciales acerca de los cambios producidos por las tecnologías de la información y la comunicación en el entorno que nos rodea, haciendo especial hincapié en la exposición del nuevo entorno digital, global y dinámico, analizando los cambios que se han ido sucediendo desde las distintas perspectivas afectadas: social, económica, cultural, etc.

El Módulo de **«Estrategia y Marketing On line»**, a través de las cuatro asignaturas que lo componen, tiene como objetivo general, profundizar sobre el concepto de marketing, el comercio electrónico y la estrategia empresarial, especialmente la estrategia de marketing y comunicación *on line* de las organizaciones, y como ésta se relaciona e interactúa con las restantes áreas funcionales de la empresa, así como profundizar en el proceso de toma de decisiones del profesional del marketing y la importancia de las fuentes de información y técnicas para la obtención de información, evaluación y análisis de la misma, y la toma de decisiones para la acción.

El Módulo **«Social Media y Community Management»**, mediante las cuatro asignaturas que lo integran, tiene como objetivo general profundizar en la perspectiva "social" de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Esta óptica es complementaria a la perspectiva de "orientación al cliente" que se plantea en el módulo anterior. Este módulo describirá las distintas redes sociales más utilizadas en la Red, profundizando en su manejo, ventajas e inconvenientes de cada una de ellas, y desarrollando en el estudiante habilidades para canalizar la información de forma bidireccional y optimizar la comunicación con sus públicos, con el objetivo de mejorar la imagen de la empresa y, por ende, su influencia en los resultados.

El Módulo de **«Métricas y Análisis»**. Además de gestionar la comunicación y la reputación corporativa, el community manager y los analistas disponen de una serie de métricas y herramientas para realizar un adecuado control de las campañas de marketing y comunicación *on line*. En las dos asignaturas que componen este módulo, se persigue que el estudiante desarrolle los conocimientos y capacidades necesarios para el manejo y cuantificación de la información, de forma que ésta se pueda recopilar y medir de forma objetiva, con la finalidad de optimizar la toma de decisiones de Marketing:

El Módulo **«Regulación y Entorno Legal»**, pretende sentar las bases de la legislación nacional e internacional sobre Internet y comunicaciones a través de las nuevas tecnologías. A pesar de que es un ámbito relativamente nuevo, del que quedan muchos aspectos por regular, la legislación pretende ofrecer garantías legales y una regulación específica sobre contenidos en websites y redes sociales, protección de datos personales, *copyrights*, *copylefts*, licencias *Creative Commons*, etc. La asignatura de este módulo, **«Marco Legislativo del Entorno Digital»**, ofrece por tanto una visión específica sobre el entorno legal en el que se mueven los profesionales del sector del Marketing Digital y los Social Media.

El Módulo **«Habilidades Profesionales»**, a través de la asignatura que lo compone, trata de desarrollar en el alumno los valores, actitudes y habilidades profesionales, sociales y personales esenciales, que debe poseer cualquier profesional del Marketing y la Comunicación en el contexto actual, entre los que destacan: inteligencia emocional, gestión del tiempo, organización de eventos, presentaciones en público, negociación, liderazgo, trabajo en equipo, etc.

El Módulo **«Prácticas Externas»**, a través de la asignatura que lo compone, "Prácticas Externas", trata de que el estudiante aprenda a desempeñar las funciones profesionales del marketing en entornos tecnológicos con la ayuda y tutorización de otros profesionales con experiencia y el apoyo de las técnicas de información y comunicación más modernas y adecuadas. Así aprenderá a ejercer su profesión dentro de un departamento, proyecto o procesos específicos, de forma inteligente, competente y humana, según los estándares de excelencia propios del este sector profesional. En todo caso, la organización de las "Prácticas Externas" se realizará de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

El Módulo **«Trabajo Fin de Máster»**, a través de la asignatura que lo compone, "Trabajo Fin de Máster", trata de desarrollar en el alumno la capacidad para analizar y diagnosticar una situación externa e interna de organizaciones, departamentos, proyectos y/o procesos profesionales del ámbito del marketing electrónico y la comunicación en plataformas sociales, estableciendo planes, proyectos y alternativas coherentes, realizando análisis críticos y síntesis de problemas específicos de esta dimensión de la gestión. El alumno aprenderá a proponer el diseño de políticas y estrategias de marketing digital coherentes con las características y la actividad de la organización que estudie.

Distribución del plan de estudios para el Máster en 12 meses

Puede consultar la estructura modular del plan de estudios directamente en la información publicada en el [RUCT](#).

Semestre	Código	Asignatura	Tipo	ECTS
Primer semestre	5495	<u>Informática Aplicada al Marketing Digital</u>	B	1
	5494	<u>Entorno Digital</u>	B	2
	5493	<u>El Mix de Marketing Online</u>	B	6
	5492	<u>Plan de Marketing Online</u>	B	3
	5491	<u>CRM y Marketing Relacional</u>	B	3
	5490	<u>Distribución y Comercio Electrónico</u>	B	3
	5489	<u>Gestión de Redes Sociales y Community Management</u>	B	6
	5488	<u>Gestión de Contenidos Digitales</u>	B	3
	5487	<u>Expresión y Comunicación Digital</u>	B	3
Total Créditos				30

Segundo semestre	5486	<u>Gestión de la Reputación Corporativa Online</u>	B	3
	5484	<u>Análítica Web y en Redes Sociales</u>	B	3
	5485	<u>Investigación de Mercados y Gestión de la Información</u>	B	3
	5483	<u>Marco Legislativo del Entorno Digital</u>	B	3
	5482	<u>Habilidades Profesionales</u>	B	6
	5481	<u>Prácticas Externas (**)</u>	B	6
	5480	<u>Trabajo Fin de Máster (***)</u>	B	6
	Total Créditos			

(**) Para aprobar la asignatura de Prácticas Externas será necesario que el alumno haya superado al menos el 50% de los créditos del máster.

(***) Para aprobar la asignatura de Trabajo fin de máster será necesario que el alumno haya superado al menos el 50% de los créditos del máster.

Sistema de evaluación

Los sistemas de evaluación comunes a todas ellas se describen de la siguiente manera:

Participación en actividades de aprendizaje: cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción colectiva del conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación) y Foros (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

Controles: son pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

Al tratarse de una formación para una profesión eminentemente práctica, en todos los módulos los alumnos realizarán una serie de **Actividades de Evaluación Continua (AEC):** supuestos prácticos, trabajos basados en la búsqueda de información, realización y presentación de informes.

Al final del Título de Máster habrá un **examen final presencial**. Incluirá preguntas o análisis de casos de todos los módulos en que se divide el Máster, que así lo requieran.

Para aprobar la asignatura será requisito necesario aprobar el examen final, independientemente de los resultados obtenidos en otros tipos de pruebas de evaluación realizados. No obstante sólo podrán realizar el examen final presencial los estudiantes que hayan superado el porcentaje de actividades de evaluación continua, así como el porcentaje de controles superados según los requisitos exigibles descritos en cada módulo en la planificación de las enseñanzas.

Metodología

La metodología de la UDIMA se basa en un sistema de enseñanza a distancia que promueve la evaluación continua y "aprender-haciendo" en un entorno de cercanía, accesibilidad e interacción en tiempo real entre el profesor y el estudiante, mediante las tecnologías de la información y la comunicación.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se desarrolla a través de las Aulas Virtuales en las que los estudiantes tienen a su disposición una Guía Docente con la planificación de la asignatura. La metodología docente asegura la adquisición de los conocimientos y de las competencias profesionales y personales a través de un sistema de evaluación continua plasmado en actividades didácticas, cuestionarios de autoevaluación y un examen final presencial.

Para promover el estudio y la capacitación del estudiante se desarrollan las siguientes acciones formativas:

1. Estudiar las Unidades Didácticas a través del material didáctico puesto a disposición del estudiante y diseñado para el estudio *online*: manuales, libros, artículos y otra bibliografía relacionada con las materias objeto de estudio.
2. Desarrollar actividades didácticas de formación mediante supuestos, casos prácticos y cuestionarios, utilizando las herramientas de las plataformas de enseñanza *online*.
3. Llevar a cabo actividades que impliquen la búsqueda y gestión de información.
4. Elaborar estudios, informes, proyectos que pongan en marcha capacidades profesionales.
5. Ofrecer una acción tutorial a disposición permanente del estudiante que le permita un correcto proceso enseñanza-aprendizaje, utilizando para ello estrategias de seguimiento como las tutorías *online* o telefónicas.
6. Desarrollar un proceso de evaluación en acción continua que permita la reorientación del proceso de aprendizaje.
7. Realizar prácticas curriculares y extracurriculares en centros especializados para alcanzar las capacidades profesionales de la titulación.
8. Promover las capacidades de investigación a través de estrategias didácticas como la formulación de proyectos, el análisis de datos, el estudio de resultados, la elaboración de conclusiones y el manejo de bibliografía.
9. Desarrollar habilidades de exposición oral y defensa de trabajos académicos utilizando las posibilidades de las herramientas didácticas de la ofimática.

Las metodologías docentes o mecanismos a través de los cuales el estudiante adquiere y desarrolla sus conocimientos con el apoyo del profesor son las siguientes:

Actividad académica en las aulas virtuales. Se pone en práctica a través del estudio del material de referencia y de las actividades didácticas que propone el profesor, y haciendo uso de las herramientas didácticas que ofrece la plataforma *online* (buzones de entrega, cuestionarios, lecciones, foros, etc.), de las videoconferencias o de otros entornos educativos a disposición de la comunidad educativa.

Tutorización. Se trata del seguimiento individualizado de la actividad del estudiante para asegurar las mejores condiciones de aprendizaje, mediante la tutorización a través de la plataforma educativa y de las tutorías telefónicas. En estas tutorías los estudiantes pueden consultar con los profesores las dudas acerca de la materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz; son asesorados en función de la disponibilidad de estudio de que disponga cada alumno.

Tutorías presenciales. Los estudiantes que así lo soliciten podrán disponer del servicio de tutorías presenciales con el profesor en el día y hora asignado para ello, con el fin de dar respuesta a las dudas y recomendaciones necesarias para abordar el estudio de la asignatura.

Sesiones y tutorías por videoconferencia. En el desarrollo de la asignatura se utilizan aplicaciones específicas de videoconferencia (como Blackboard Collaborate). Estas aplicaciones permiten a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de utilidades como el escritorio compartido, y permitiendo al profesor editar y poner en común documentos con los estudiantes, o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, el profesor tiene la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente publicará en el Aula Virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas. Esta opción posibilita que los estudiantes puedan escuchar la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Comunicación en el Aula Virtual. A lo largo del curso los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con sus compañeros. Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades didácticas y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías indicado en la Guía Docente. La comunicación en el Aula Virtual podrá ser síncrona (en tiempo real) o asíncrona (diferida mediante foros y tableros de anuncios).

Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia. Todas las asignaturas disponen de material educativo específico seleccionado según las características singulares de la enseñanza *online*. Este material puede estar constituido por una obra de referencia en formato libro o, en su defecto, una serie de artículos publicados en medios de difusión científica, o por manuales propios editados por UDIMA, en los que las unidades didácticas estarán totalmente adaptadas a la enseñanza a distancia.

Guía Docente. Es el documento que recoge la planificación detallada de una asignatura o un módulo, basado en los principios que guían el proceso de creación del Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS), cuyo objetivo es promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia. La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

Material Audiovisual. Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc.) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

Departamento de Asistencia y Orientación al Estudiante (DAOE): El Departamento de Asistencia y Orientación al Estudiante tiene la misión de atender, orientar y resolver las consultas de carácter pedagógico y metodológico de los estudiantes, con el fin de garantizar su integración en el entorno universitario y de contribuir a su éxito académico.

Planificación de las Prácticas [metodología aplicable únicamente a la materia (módulo) de prácticas externas]. Se trata de la planificación detallada de las Prácticas en el centro o institución siguiendo el contenido del acuerdo de colaboración firmado entre el citado centro y la UDIMA. Esta planificación contemplará tanto los aspectos sustantivos objeto de las prácticas, como su extensión y planificación temporal por semanas.

Tutorización por parte del centro o institución [metodología aplicable únicamente a la materia (módulo) de prácticas externas]. El Tutor de la entidad colaboradora es el responsable de guiar al estudiante en el desarrollo de las prácticas, aportando su conocimiento práctico y experiencia y evaluando las actividades realizadas por aquel. Emitirá un informe relativo a la presencia del alumno en el centro y del seguimiento del Programa, que remitirá a la Universidad, una vez finalizadas las prácticas. El informe deberá incluir el número de horas de prácticas que se han desarrollado. Todo ello deberá cumplir con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

Tutorización interna (académica) [metodología aplicable únicamente a la materia (módulo) de prácticas externas]. El tutor interno (académico), perteneciente a la universidad, debe estar disponible en los horarios marcados de Tutorías, tanto telefónicas como *online*, para atender las posibles demandas del estudiante en relación con las prácticas. Además, supervisará el desarrollo de las prácticas y realizará su evaluación, a la vista de los resultados del aprendizaje en el entorno del centro colaborador y de los informes realizados tanto por dicho centro como por el propio estudiante. Todo ello deberá llevarse a cabo cumpliendo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

Entre los recursos metodológicos y tecnológicos a disposición del estudiante que promueven y facilitan el aprendizaje, la interactividad y la comunicación, destacan los siguientes:

Moodle: Plataforma de Teleformación diseñada para proporcionar a educadores y estudiantes un sistema para el aprendizaje personalizado a través de Aulas Virtuales. Actualmente es empleado por cerca de 80 millones de usuarios, lo que la convierte en la plataforma de aprendizaje más utilizada del mundo. En dicha plataforma se manejarán herramientas didácticas como foros, glosarios, cuestionarios, lecciones, buzones de entrega, etc.

Herramientas colaborativas: Herramientas como **Blogs, Wikis y Google Drive** para que los estudiantes puedan participar activamente en el aprendizaje *online* y cooperar de manera activa con el resto de compañeros para la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Programas y Software especializado: Programas específicos para la puesta en práctica de los conocimientos y habilidades adquiridos durante el aprendizaje.

Canal de Youtube UDIMA: El canal de Youtube de la Universidad se convierte en un medio educativo desde donde es posible acceder al contenido formativo elaborado por el profesorado.

Podcast: Existe la posibilidad de acceder a *podcasts* con contenido didáctico elaborado por el profesorado, pudiéndose reproducir, descargar y compartir el contenido de audio.

Comunidad UDIMA en Facebook: A través de la red social Facebook se facilita a los estudiantes un punto de encuentro para la socialización de toda la comunidad universitaria.

Biblioteca: A través de la Biblioteca Digital, como Centro de Recursos para el aprendizaje y la investigación, se puede acceder a los siguientes recursos:

Summon: Herramienta de búsqueda simultánea que reúne recursos suscritos por la universidad, como libros y publicaciones periódicas en formato electrónico.

Bases de datos Proquest: Plataforma que engloba diversas bases de datos especializadas de publicaciones periódicas con acceso al texto completo.

Proquest Ebook Central: Plataforma de libros electrónicos de contenidos académicos con acceso a más de 200.000 títulos en castellano e inglés.

Web of Science (WOS): Fuente de información bibliográfica para la búsqueda conjunta en las bases de datos Medline, Journal Citation Reports y Web of Science, que ahora también incluye Conference Proceedings.

Aranzadi Academic: Base de datos jurídica que alberga legislación, jurisprudencia, formularios y bibliografía de todos los ámbitos del derecho así como un diccionario de términos legales.

Refworks: Gestor de referencias bibliográficas que facilita al investigador la organización de las fuentes documentales consultadas.

Plató de TV: La UDIMA cuenta con un Estudio y Plató de TV que permiten la elaboración de material audiovisual destinado a los estudiantes durante su aprendizaje en la Universidad.

Exámenes y sedes

Sistemas de evaluación

La evaluación y calificación de la actividad académica se realiza a través de un proceso de evaluación continua y de exámenes presenciales al final de cada uno de los cuatrimestres. El sistema de evaluación en UDIMA se concibe como una estrategia más en el proceso de enseñanza-aprendizaje, mediante acciones que se integran con las actividades didácticas, estando presente desde el inicio de la labor académica hasta el final de cada asignatura.

La calificación final de cada asignatura es el resultado de la evaluación continua realizada a lo largo del cuatrimestre y el examen final presencial. Cada una de las calificaciones obtenidas tendrá un peso específico en la nota final de la asignatura.

Evaluación continua

La actividad del estudiante a lo largo de cada cuatrimestre será evaluada mediante actividades que se planifican en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Dichas actividades estarán asignadas a una de estas categorías: Actividades de Evaluación Continua (resolución de casos prácticos, entrega de informes, proyectos, etc.), Controles (cuestionarios de preguntas en diferentes formatos) y Actividades de Aprendizaje (resolución de cuestiones didácticas, comentarios, test, realización de glosarios, etc.). La Guía Docente de cada asignatura, disponible desde el inicio del cuatrimestre, especifica las actividades didácticas (tanto obligatorias como voluntarias) que se deben realizar, los plazos de entrega y, en su caso, las penalizaciones por retraso, así como el peso en la calificación final de la asignatura de cada una de ellas.

Exámenes presenciales

El examen final presencial permite comprobar la identidad del estudiante así como el grado de asimilación por este de los conocimientos adquiridos durante la evaluación continua. Se trata de una prueba escrita cuya superación acredita y ratifica la capacidad del estudiante para el pleno desarrollo de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura, según lo previsto en los planes de estudio y en la Guía Docente.

Los exámenes finales semestrales son presenciales y se realizan en los centros habilitados de varias ciudades de España y del extranjero (las direcciones de los distintos centros se pueden consultar en <https://www.udima.es/es/centros-examenes.html>).

El sistema metodológico de la UDIMA, basado en la evaluación continua exige el cumplimiento de los siguientes requisitos, respecto al examen final y a la superación de la asignatura:

Haber superado determinadas actividades didácticas de acuerdo con lo exigido en la Guía Docente de cada asignatura como requisito para poder presentarse al examen.

Aprobar el examen final presencial como requisito para determinar la nota final de la asignatura de acuerdo con la ponderación asignada a cada una de las actividades de evaluación. Esta nota final deberá superar la calificación de 5.

En el caso de no superar el examen final presencial en las convocatorias de enero- febrero / junio- julio, se conservará la calificación obtenida en las Actividades de Evaluación Continua hasta la convocatoria de septiembre, a cuyo examen el estudiante deberá presentarse. Si no se supera el examen en la convocatoria de septiembre o la calificación global de la asignatura es suspenso, será necesario matricular de nuevo la asignatura en el siguiente año académico y reniciar todo el proceso de evaluación.

Convocatorias por asignatura

El estudiante de Máster dispone de un total de tres convocatorias y una cuarta de gracia (previa solicitud al Departamento de Gestión Académica y cuya concesión corresponde al Rector de la Universidad), para la superación de la asignatura.

La matrícula de cada asignatura incluirá dos derechos de examen por curso académico: la convocatoria a final de cada semestre (enero-febrero/junio-julio) y, en caso de no superarla, la convocatoria de septiembre.

A continuación se detalla el calendario de convocatorias por curso académico:

	Primera Convocatoria	Segunda Convocatoria
Primer Semestre	Enero-Febrero	Septiembre

Segundo Semestre

Junio-Julio

Septiembre

El calendario de exámenes para cada convocatoria puede consultarse en el apartado de "Precios, calendario y matriculación". El estudiante debe inscribirse con anterioridad en la aplicación de exámenes eligiendo para cada asignatura, entre las diferentes propuestas, la sede, la fecha y la hora del examen.

Requisitos y vías de acceso para estudios de Máster

Los **requisitos de acceso** a las enseñanzas oficiales de Máster de conformidad con lo establecido en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales:

Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial (*) español u otro expedido por una institución de Educación Superior del Espacio Europeo que faculte en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.

Podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior, sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

El acceso por esta vía no implicará en ningún caso la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

(*) Puede haber másteres con vías de acceso específicas, consultar página web de cada máster.

Los **estudiantes extranjeros**, podrán solicitar la admisión sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. Estos requisitos deben de ser acreditados por los estudiantes de nuevo ingreso a efectos de que su solicitud de admisión sea aprobada. Así como por los estudiantes que cursen estudios en la UDIMA y que deseen emprender otros distintos, simultaneándolos o no con los primeros.

La documentación exigida para acreditar estos requisitos es la siguiente:

1. Fotocopia compulsada de DNI/pasaporte/NIE.
2. Fotocopia compulsada del título universitario oficial o equivalente
3. En el caso de alumnos extranjeros, (además de los 2 documentos anteriores) deberán presentar un certificado en el que conste la oficialidad de su título y que faculte en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster, además de el programa detallado del título realizado, a fin de poder comprobar el nivel de formación obtenido con los estudios.

Requisitos de los documentos para estudiantes extranjeros:

Los documentos expedidos en el extranjero deberán ser oficiales y estar debidamente legalizados por vía diplomática o por la apostilla de la Haya (excepto los estudios cursados en la UE). Igualmente deberán ir acompañados de su correspondiente traducción oficial al castellano.

La traducción oficial podrá hacerse:

Por Traductor jurado, debidamente autorizado o inscrito en España.

Por cualquier Representación diplomática o consular del Estado Español en el extranjero.

Por la representación diplomática o consular en España del país de que es ciudadano el solicitante o, en su caso, del de procedencia del documento.

Lugar de envío de la documentación requerida:

Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)

Att. Registro

Carretera de la Coruña, KM.38,500

Vía de Servicio, nº 15
28400 COLLADO VILLALBA
MADRID

La Comisión de Coordinación Académica, excepcionalmente, cuando el número de solicitudes sea superior al límite de plazas previsto, articulará un procedimiento para la selección de estudiantes en el que se valorarán las circunstancias académicas, profesionales y/o personales. En especial, se tendrá en cuenta el expediente académico del título universitario.

Reconocimiento de créditos

El reconocimiento de créditos supone la aceptación por parte de la Universidad de los créditos ECTS que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial. (Real Decreto 822/2021)

Para el reconocimiento de créditos se tendrá en cuenta que el alumno haya cursado asignaturas de otros títulos de Máster Universitario cuyos contenidos sean idénticos o análogos a los recogidos en los Planes de Estudios de la UDIMA, de forma que permitan acreditar la adquisición de las competencias y conocimientos previstos en las asignaturas que pretende reconocer.

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

El reconocimiento de créditos obtenido a través de experiencia profesional no podrá superar el 15% del total de créditos que constituye el plan de estudios.

En todo caso, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de máster.

Procedimiento

La UDIMA iniciará estudios de reconocimiento a instancia del propio alumno, que deberá rellenar la solicitud de reconocimiento de créditos que se le enviará desde Gestión Académica, indicando en las misma las asignaturas que pretende reconocer, sin perjuicio de que la Comisión de Reconocimiento pueda valorar otras asignaturas diferentes de las especificadas por el alumno.

El primer estudio de reconocimiento de créditos solicitado en la UDIMA es gratuito, y no implica solicitud de admisión. En caso de solicitar algún otro estudio para un Máster diferente, conllevará un coste.

Es recomendable realizar la solicitud de reconocimiento de créditos con antelación al inicio del curso para evitar que el alumno se matricule de asignaturas susceptibles de ser reconocidas.

En todo caso, no podrá reconocerse ninguna asignatura de Máster Oficial de la que el alumno se haya ya examinado.

En caso de disconformidad por parte del alumno con el resultado de su estudio, será posible solicitar una **única revisión**, si bien será necesaria la aportación de nuevas evidencias o documentos, sobrevenidos.

Documentación Requerida:

Certificación Académica Personal (original o fotocopia compulsada), únicamente de títulos oficiales de Máster Universitario, en la que conste la denominación de las materias, las tipologías de las mismas, el número de créditos ECTS y la calificación obtenida por el estudiante.

En caso de reconocimiento por experiencia profesional, Certificado de empresa o empresas donde haya desarrollado su trabajo con la descripción detallada del mismo y la antigüedad en el puesto.

Si la Comisión de Reconocimiento de Créditos lo precisa, podrá solicitar al alumno el plan de estudios y/o los programas de las asignaturas cursadas.

Reconocimiento Oficial:

Una vez que el alumno esté matriculado se inicia el proceso oficial.

Para iniciar este trámite es imprescindible que el alumno haya enviado por **correo postal** al Departamento de Reconocimiento de Créditos, la documentación presentada para el estudio, bien original o bien copias compulsadas de la misma.

Dirección de envío:

Universidad a distancia de Madrid

Att. Dpto. Reconocimiento de Créditos

Carretera de La Coruña, KM.38,500

Vía de Servicio, nº 15

28400 COLLADO VILLALBA

MADRID

Una vez recibida la documentación original se realizará una revisión del estudio con el objeto de hacerlo definitivo, que puede dar lugar a modificaciones si así se considera por parte de la Comisión.

Abono de los reconocimientos:

Una vez se oficialicen los reconocimientos, el alumno abonará los créditos reconocidos según la tarifa vigente en cada curso académico, previa petición de conformidad al alumno para realizar el cargo en su cuenta bancaria.

Calendario

Calendario académico curso 2023-24

Calendario	Primer semestre	Segundo semestre
Admisión alumnos de nuevo ingreso	Hasta el 18/09/2023	Hasta el 14/02/2024
Inicio del Máster alumnos de nuevo ingreso	25/09/2023	21/02/2024
Exámenes finales (*)	20/01/2024-21/01/2024 27/01/2024-28/01/2024	15/06/2024-16/06/2024 22/06/2024-23/06/2024
Exámenes convocatoria septiembre (**)	31/08/2024-01/09/2024	

(*) Para la realización de los exámenes, la UDIMA facilitará en sus sedes españolas **dos** fechas a elegir por asignatura. En las sedes extranjeras se ofertará una **única** fecha de examen por asignatura.

(**) En la convocatoria de septiembre, en todas las sedes, únicamente se ofrecerá una posibilidad de examen por asignatura.

Convocatorias por año académico

El alumno de Máster dispone de un total de 3 convocatorias y una de gracia, para la superación de cada asignatura.

La matrícula de 1 asignatura incluirá dos derechos a examen, es decir, 2 convocatorias por curso académico.

Las asignaturas no superadas en el curso académico deberán ser rematriculadas, beneficiándose de un 35% de descuento en el precio del crédito únicamente si se realiza dicha rematriculación en el año inmediatamente siguiente.

A continuación se detalla el calendario de convocatorias por curso académico:

	Primera Convocatoria	Segunda Convocatoria
Primer Semestre	febrero	septiembre
Segundo Semestre	julio	septiembre

Centros de información y compulsa

A Coruña

Centro de Iniciativas Profesionales (CIP)
Paseo de los Puentes, 2
15004, A Coruña
Tel:(+34) 981 278 181
Fax:(+34) 981 264 842

[Ver Mapa](#)

Badajoz - Mérida

Instituto CEO
Calle Concejo, 29
06800, Mérida (Badajoz)
Tel: (+34) 924 31 58 18

[Ver Mapa](#)

Barcelona

Centro de Estudios Financieros
Calle Gran de Gràcia, 171
08012, Barcelona
Tel: (+34) 934 150 988
Fax: (+34) 932 174 018

[Ver Mapa](#)

Burgos - Aranda de Duero

Colegio San Gabriel
Carretera de La Aguilera, km. 6,5
09400, La Aguilera- Aranda de Duero (Burgos)
Tel: (+34) 947 54 50 06

[Ver mapa](#)

Colombia – Bogotá

Dirección: calle 106 # 14-36 bogota
Teléfono: (+57) 1 – 4898224 (ext. 102)

[Ver mapa](#)

Madrid

Centro de Estudios Financieros
Paseo del General Martínez Campos, 5
28010, Madrid
Tel: (+34) 914 444 920
Fax: (+34) 915 938 861

[Ver Mapa](#)

Madrid

Centro de Estudios Financieros
Calle Ponzano, 15
28010, Madrid
Tel: (+34) 914 444 920
Fax: (+34) 915 934 502

[Ver Mapa](#)

Madrid - Collado Villalba

Universidad a distancia de Madrid - UDIMA
Carretera de La Coruña, KM.38,500
Vía de Servicio, nº 15
28400, Collado Villalba (Madrid)
Tel: (+34) 91 856 16 99
Fax: (+34) 918 56 16 97

[Ver mapa](#)

Malabo - Guinea Ecuatorial

BANGE Business School
Calle de Bata S/N - Malabo
Teléfono: (+240) 222 45 89 15
Correo: info@bangebusinessschool.com

[Ver mapa](#)

Pontevedra - Vigo

Centro de Iniciativas Profesionales (CIP)
Calle Brasil, 48
36204, Vigo (Pontevedra)
Tel: (+34) 986 472 211
Fax: (+34) 986 493 297

[Ver Mapa](#)

Portugal - Lisboa

Briones International Consulting
Avenida da Republica, 43 3ª Dereita
1050-187
Lisboa – Portugal
Tel.: (+351) 961 27 40 72
(+351) 217 961 237

[Ver Mapa](#)

Valencia

Centro de Estudios Financieros
Calle Alboraya, 23
46010, Valencia
Tel: (+34) 963 614 199
Fax: (+34) 963 933 354

[Ver Mapa](#)

República Dominicana – Santo Domingo

Calle Av. Lope de Vega Nº 29, Santo Domingo 10122
Teléfono: +1 809-908-4331

[Ver Mapa](#)

Zaragoza

Centro de Formación Cefor Izquierdo
Avenida Tenor Fleta, 57
50008, Zaragoza
Tel: (+34) 976 48 62 71

[Ver Mapa](#)

Centros de compulsa

Bilbao

Centro San Luis S.L.
Licenciado Poza 31
48011 Bilbao
Telf. +34 944 39 50 62
Fax:+34 944 39 52 19

[Ver Mapa](#)

Las Palmas de Gran Canaria

Agapea
Calle José Franchy Roca, 13
35007 Las Palmas de Gran Canaria Tel: (+34) 828 15
00 80

[Ver Mapa](#)

Málaga

Agapea
Avenida. Dr. Manuel Domínguez nº 6 (Teatinos)
29010, Málaga
Tel: (+34) 951 02 05 02

[Ver Mapa](#)

Santander

CESINE
(solicitar cita telefónica)
Calle José Simón Cabarga, 6
39005 Santander
Tel.: (+34) 942 28 18 58

[Ver Mapa](#)

Sevilla

CISDE
Avda. Kansas City 94-96, 3ª Planta,
41007 Sevilla.

Tel.: (+34) 955 412 941

[Ver Mapa](#)

Palma de Mallorca

Agapea
C/ Marqués de Font Santa, 6
07005, Palma de Mallorca
Tel: (+34) 971 46 53 61

[Ver Mapa](#)

Sta. Cruz de Tenerife

Agapea
Av. Tres de Mayo, 71
38008, Santa Cruz de Tenerife
Tel: (+34) 922 23 61 83

[Ver Mapa](#)

Agapea

Centro Comercial El Trompo.

C/ Molinos de Gofio nº 2. Local P5A

C.P. 38312 Polígono San Jerónimo (La Orotava)

[Ver Mapa](#)

CENTROS DE INFORMACIÓN Y DE COMPULSA



Claustro de profesores

Profesor	Titulación	Dedicación
<u>Aitor Lizarralde Toranzo</u>	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Profesor invitado
<u>Fernando Jiménez Delgado</u>	Licenciado en CC. Económicas y Doctorando en Marketing	Tiempo parcial
<u>Javier Cabezas Arias</u>	Doctor (Sobresaliente-Cum Laude)	Profesor invitado
<u>Joaquín Danvila del Valle</u>	Ingeniero Superior de Minas	Tiempo parcial
<u>José Enrique Rodríguez Maya</u>	Licenciado en Periodismo	Tiempo parcial
<u>José Luis Ramírez Cogollor</u>	Licenciado en CC. Económicas y Empresariales	Tiempo parcial
<u>Juan José López García</u>	Doctor en Derecho y Sociedad (Marketing Digital)	Tiempo parcial
<u>Lorena Herrera López</u>	Doctora en Marketing Digital y Big Data	Profesor invitado
<u>María Alcolea Parra</u>	Doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas	Tiempo completo
<u>María García Quintana</u>	Licenciada en Periodismo y Comunicación	Tiempo parcial
<u>Rocío López Pérez</u>	Doctora en Administración y Dirección de Empresas	Tiempo parcial

Competencias generales

Capacidad para comprender el nuevo entorno y contexto digital desde diversas perspectivas.

Capacidad de realizar análisis críticos, de evaluación y síntesis de los problemas específicos del marketing digital y social media.

Capacidad de análisis y discusión sobre supuestos prácticos complejos, basados en experiencias reales específicas del marketing digital y social media.

Capacidad para identificar los principales factores y variables de influencia del marketing digital.

Capacidad para el análisis de la realidad dentro de los actuales procesos de cambio continuo y para seleccionar, desarrollar y aplicar las estrategias de marketing digital y social media acordes con el plan de negocio de la organización, conociendo a fondo los nuevos modelos y técnicas para así poder decidir cuáles son las óptimas en cada situación.

Capacidad para diseñar y gestionar contenidos en entornos digitales.

Capacidad para liderar comunidades virtuales.

Capacidad para sacar conclusiones objetivas en contextos de incertidumbre y de saturación informativa.

Capacidad de desarrollar una actitud compatible con los valores de sostenibilidad y de responsabilidad social de cualquier tipo de empresa.

Capacidad conciliadora capaz de entender las posiciones de todos los grupos de interés de la empresa (stakeholders).

Capacidad para desarrollar los valores y actitudes esenciales que debe poseer un profesional del marketing digital, mediante el empleo de una metodología que potencie el trabajo en equipo, el esfuerzo, el respeto, la confianza y la voluntad de solucionar los conflictos, imprescindibles e inevitables en cualquier escenario social, de forma cooperativa y negociadora.

Capacidad para planificar y ejecutar con éxito negociaciones en el ámbito de marketing digital y social media de la empresa.

Capacidad para el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo en el ámbito del marketing digital y social media.

Capacidad para identificar, analizar y diagnosticar una problemática propia del ámbito del marketing digital y social media, y de establecer planes, alternativas y conclusiones coherentes en torno a dicha problemática.

Competencias específicas

MÓDULO: INFORMÁTICA APLICADA

Capacidad para buscar información relevante sobre marketing digital y social media a través de fuentes *on line* especializadas.

MÓDULO: EL NUEVO ENTORNO DIGITAL

Capacidad para valorar la importancia que adquieren los consumidores en el nuevo entorno tecnológico por la influencia que tienen en la toma de decisiones empresariales.

Capacidad para entender las sinergias e impacto en resultados derivados de la convergencia tecnológica.

MÓDULO: ESTRATEGIA Y MARKETING ON LINE

Capacidad para diseñar y planificar estrategias propias del marketing digital, optimizando el manejo de las variables del Mix de Marketing: producto, precio, promoción y distribución.

Capacidad para realizar campañas *on line* específicas para los distintos públicos, clientes y grupos de interés de la empresa.

MÓDULO: SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGEMENT

Capacidad para conocer y hacer uso de las redes sociales horizontales (Facebook, Tuenti, Twitter, etc) y profesionales (LinkedIn, etc) más importantes, y de publicación e intercambio de contenidos digitales.

Capacidad para diseñar y gestionar estructuras y campañas en redes sociales y profesionales.

Capacidad para comprender los perfiles y las competencias del community manager, como responsable máximo de la gestión de comunidades *on line*.

Capacidad para comprender la importancia de las relaciones en los social media, así como estar en condiciones de definir estrategias específicas en las comunidades virtuales y en los social media.

Capacidad para manejar los conceptos más importantes sobre los diferentes públicos-objetivo en una estrategia de community management, sus perfiles y sus diferencias.

Capacidad dominar los conceptos más importantes sobre monitorización de la reputación corporativa, así como las estrategias más comúnmente empleadas.

Capacidad para conocer a fondo los conceptos más importantes sobre marca y reputación *on line*, así como los elementos clave para estar en condiciones de detectar los factores y hechos relevantes para la imagen corporativa, y en caso de crisis, poder desarrollar las estrategias reactivas adecuadas.

MÓDULO: MÉTRICAS Y ANÁLISIS

Capacidad para diseñar y utilizar las técnicas de investigación cualitativas: grupos de discusión, entrevistas, cuestionarios, etc.

Capacidad para cuantificar la información disponible y orientarla a la toma de decisiones de marketing.

Capacidad para parametrizar datos web, analizarlos y extraer conclusiones.

MÓDULO: REGULACIÓN Y ENTORNO LEGAL

Capacidad para interpretar y aplicar la legislación aplicable a nivel nacional e internacional en el ámbito del marketing digital y de los social media.

Capacidad para establecer los límites desde la perspectiva de la privacidad, protección y dignidad de las personas.

Capacidad para establecer políticas de distribución acordes con el marco regulador del comercio electrónico.

MÓDULO: HABILIDADES PROFESIONALES

Capacidad para negociar con éxito y desarrollar estrategias "win-to-win" orientadas al cliente, para profesionales del marketing *on line* y de redes sociales.

Capacidad para identificar los requisitos de un equipo eficaz y conocer las herramientas que optimizan la productividad de un profesional del marketing.

Capacidad para delimitar las fuentes de la motivación y liderazgo en los profesionales y organizaciones del marketing *on line* y de redes sociales, estableciendo los planes necesarios para potenciarlos.

Capacidad para aplicar los principios deontológicos propios de un profesional del marketing *on line* y de redes sociales.

MÓDULO: PRÁCTICAS EXTERNAS

Capacidad de llevar a la práctica los conocimientos estudiados en el seno de una empresa u organización.

Capacidad para emitir informes profesionales y específicos del ámbito del marketing *on line* y de redes sociales.

MÓDULO: TRABAJO FIN DE MÁSTER

Capacidad para relacionar, integrar y aplicar los conocimientos adquiridos a un supuesto práctico concreto en el entorno del marketing digital y los social media.

Competencias transversales

- Capacidad para el manejo y gestión de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Capacidad para adquirir y mejorar sus destrezas lingüísticas, tales como la capacidad de comunicación verbal y escrita para transmitir ideas y decisiones con profesionalidad y rigor.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Compromiso ético.
- Capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares.
- Capacidad para desarrollar un espíritu emprendedor.
- Capacitación para un trabajo en contexto internacional.
- Capacidad para desarrollar y mejorar sus habilidades en las relaciones interpersonales.
- Razonamiento crítico y deductivo.
- Capacidad de toma de decisiones.
- Motivación por la calidad.
- Adaptación a nuevas situaciones.
- Creatividad.
- Capacidad para estudiar y trabajar a través del Aula Virtual de la UDIMA a través de las herramientas, espacios y recursos de la Plataforma.

Salidas Profesionales

Gestor de comunicación digital.
Director de Marketing *on line*.
Consultor SEO,SEM.
Community manager.
Gestor de contenidos multimedia.
Responsable marketing de contenidos.

Prácticas

En el marco de un convenio de colaboración educativa suscrito entre la Universidad a Distancia de Madrid y la Entidad colaboradora, se establece un un periodo de complemento ideal a la formación académica.

Todos los estudiantes del título tienen la posibilidad de realizar un periodo de prácticas extracurriculares, sin cargo a créditos, cuyo periodo máximo es de 6 meses durante el curso académico activo. UDIMA tiene convenios y acuerdos de colaboración con diversas empresas nacionales e internacionales de todos los sectores.

Para este título existen prácticas curriculares, es decir con cargo a créditos, cuyas características vienen recogidas en el plan de estudios.

Principales organizaciones colaboradoras para desarrollar prácticas en este título

Prácticas internacionales

La Oficina de Relaciones Internacionales de la UDIMA gestiona el programa Erasmus+. Este programa ofrece ayudas económicas para la movilidad durante la realización de prácticas. Gracias a estas ayudas, se promueve la realización de prácticas en empresas europeas por parte de los estudiantes de la UDIMA.

En este título es posible la realización de prácticas internacionales curriculares, es decir, con cargo a crédito. Además aquellos estudiantes que lo deseen, podrán realizar prácticas extracurriculares en el extranjero, en las mismas condiciones que cualquier otro estudiante de la UDIMA.

Prácticas internacionales Modalidad abierta o Beca Cero

Los estudiantes de la UDIMA que no consigan una beca Erasmus+, tienen la oportunidad de participar en el programa mediante una beca cero, es decir, realizando prácticas en la empresa europea que elijan, pero sin financiación.

Datos de Empleabilidad

El Departamento de Desarrollo Profesional, junto con el Sistema de Garantía Interno de Calidad lleva a cabo los estudios de inserción laboral sobre sus egresados. Dichos estudios sirven para establecer indicadores de empleabilidad de las titulaciones e identificar aspectos de mejora.

El estudio de Empleabilidad actualizado, de este título, se puede ver en el apartado de Calidad. No obstante los siguientes informes de empleabilidad también resultan de interés:

Estudio de Empleabilidad Escuela de Ciencias Técnicas e Ingeniería

[Estudio de Empleabilidad Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas](#)

[Estudio de Empleabilidad Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades](#)

[Estudio de Empleabilidad Facultad de Ciencias de la Salud y de la Educación](#)

[Estudio de Empleabilidad Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales](#)

[Estudio de Empleabilidad por Ramas de Conocimiento](#)

Por otro lado, la UDIMA colabora con el Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU) para la elaboración de informes de empleabilidad de las titulaciones del sistema universitario español y con el Sistema Integrado de Información Universitarias (SIU).

Departamento de Desarrollo Profesional

Ofrecemos un servicio integral de asesoramiento, tanto a la hora de buscar empleo, como en el momento de emprender proyectos propios. Los principales servicios a disposición de los estudiantes son:

El Portal de Empleo y Prácticas, que gestiona anualmente una gran variedad de ofertas de empleo de todos los niveles.

Un servicio de asesoría individualizada, profesional y académica, que servirá de guía a nuestros estudiantes a alcanzar un mejor futuro profesional.

Nuestro [Grupo de LinkedIn](#). Un espacio de networking para empresas y alumnos al que te animamos a unirte. Eventos, foros de empleo y actividades de networking.

Movilidad Internacional

La UDIMA, consciente de la importancia de mejorar la empleabilidad y las perspectivas laborales de sus estudiantes, apoya y fomenta los programas de movilidad internacional como ayuda al desarrollo de sus habilidades y competencias en un contexto global.

La Oficina de Relaciones Internacionales de la UDIMA gestiona el programa Erasmus+ para ayudar a sus estudiantes, tanto de Grado como de Máster, a realizar movidades de estudios o prácticas en distintos países europeos.

Movilidad Erasmus+ ESTUDIOS

¿Qué es?

Consiste en la realización de un período de estudios en una institución europea de educación superior con la que la UDIMA tenga un convenio de movilidad. Al finalizar este período, la UDIMA reconocerá académicamente los estudios realizados y superados por el estudiante. Durante este periodo, el estudiante estará exento de pagar tasas académicas en la institución de acogida.

Movilidad Erasmus+ PRÁCTICAS

¿Qué es?

Consiste en la realización de prácticas en una empresa u organización de otro país europeo participante en el programa Erasmus+. Su finalidad es contribuir a que los estudiantes se adapten a las exigencias del mercado laboral europeo, adquieran competencias específicas y mejoren su comprensión del entorno económico y social del país de destino, al mismo tiempo que adquieren experiencia laboral.

¿Dónde puedes realizar una movilidad Erasmus+?

Los estudiantes de Grado y Máster de la UDIMA pueden realizar una **movilidad de estudios** con una beca Erasmus en cualquiera de las universidades con las que la UDIMA tiene firmado un acuerdo de movilidad, siempre y cuando se cumplan los requisitos establecidos por la universidad de acogida (fechas de la movilidad, disponibilidad de plazas, etc.).

Por otra parte, los estudiantes de Grado y Máster de la UDIMA pueden realizar una **movilidad de prácticas** en cualquier empresa o entidad de su elección.

Para más información

Si eres estudiante de Grado o Máster de la UDIMA y te gustaría recibir información más detallada sobre las movidades de estudios y de prácticas del programa Erasmus+, ponte en contacto con la Oficina de Relaciones Internacionales a través del correo electrónico erasmus-movilidad@udima.es.

En este [enlace](#) se puede consultar el listado actualizado de destinos para realizar movidades dentro del programa Erasmus+.

Carta Erasmus (European Charter for Higher Education - ECHE)

La Carta Erasmus de Educación Superior (Erasmus Charter for Higher Education – ECHE) establece el marco general de calidad para las actividades europeas e internacionales de cooperación que una institución de educación superior puede llevar a cabo dentro del Programa Erasmus+.

La concesión de la Carta Erasmus es un requisito previo para todos los centros de enseñanza superior que quieran participar en la movilidad de estudios y/o en la cooperación para la innovación y las buenas prácticas en el marco del Programa Erasmus+.

La Carta Erasmus se concede para toda la duración del nuevo Programa Erasmus+ (2021-2027).

[Carta Erasmus \(2021-2027\)](#).



Sistema Interno de Garantía de Calidad del título

La Universidad a Distancia de Madrid cuenta con un Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC), que aplica a todas sus titulaciones oficiales y sus centros de impartición.

Los distintos grupos de interés disponen de diversos canales a través de los cuales es posible realizar consultas y formular peticiones. En el marco de la cultura de la mejora continua el sistema dispone de un buzón de quejas, reclamaciones y sugerencias (acceso al buzón).

El Sistema Interno de Garantía de Calidad de los centros integra toda la información recogida en un proceso de análisis y planificación que permite adecuar el título oficial de forma permanente en un proceso de mejora continua.

A lo largo de su ciclo de vida el título oficial es supervisado por el Consejo de Universidades y las agencias de evaluación y acreditación garantizando la calidad de las enseñanzas.

Oficialidad del título

Registro del título oficial en el RUCT

Informes de los procesos y mejoras introducidas

Adenda al plan de estudios

Resultados del título

Resultados de rendimiento del título

Resultados de satisfacción del título

Resultados de empleabilidad del título

Responsables del SGIC del título

El título cuenta con unos representantes que velan por el cumplimiento del SGIC a través de su participación en las distintas comisiones de calidad. Los representantes del SGIC del título son:

María Luisa Campanario Hernández (Decana de la Facultad)

Pedro Aceituno Aceituno (Director de Departamento)

Raquel Aguayo Sarasa (Directora del Título)

Enrique Fernández Sayago (Representante del PAS)

Fernando Vicedo Durá (Delegado General de Máster)

Datos básicos

Oficialidad del título

Registro del título oficial en el RUCT

Rama de conocimiento

Ciencias Sociales y Jurídicas

Centros de impartición

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento responsable

Departamento de Turismo y Marketing

Profesorado de título

Total de profesores: 14

% Doctores: 64,28%

Nº de plazas de nuevo ingreso ofertadas

Primer año 100 alumnos

Segundo año 150 alumnos

Calendario de extinción

El último curso académico en el que se impartirá docencia en este plan de estudios será 2020/2021.

Curso implantación

2013/2014

Calendario implantación

Primer curso 2013/2014

Segundo curso 2014/2015

Idiomas en los que se imparte

Castellano

Tipo de enseñanza

A distancia

Normas de permanencia

*Aprobadas por la Junta de Gobierno de la UDIMA el día 16 de enero de 2009
Modificadas en Claustro Universitario de 18 de julio de 2019*

Norma I. Ámbito de aplicación.

Las presentes Normas serán aplicables a todas las enseñanzas y titulaciones oficiales de Máster que se impartan en la UDIMA. Todas las referencias subsiguientes a las titulaciones se entienden siempre hechas a las de carácter oficial.

Norma II. Garantía de finalización de las titulaciones.

La UDIMA garantiza a cualquier estudiante que se matricule en una titulación de Máster Universitario, el derecho a finalizar sus estudios en la misma, obteniendo el Máster correspondiente, aunque concurra el supuesto regulado en la Norma III sobre extinción de la titulación que se estuviera cursando.

No obstante lo anterior, no se prestará la garantía anteriormente indicada cuando se dé alguno de los siguientes supuestos:

Cuando el estudiante no haya aprobado alguna de las asignaturas de la titulación habiendo agotado el máximo de tres convocatorias más la de gracia que se establece la Norma V.

Cuando el estudiante no haya finalizado los estudios dentro del periodo máximo de permanencia establecido la Norma VI, sin perjuicio de que, de manera excepcional, pudiera prorrogarse el mismo.

Cuando el estudiante abandone voluntariamente los estudios antes de obtener la titulación en la que se encontrara matriculado.

Cuando el estudiante incurra en sanción disciplinaria que implique su expulsión de la universidad, de acuerdo con lo establecido en la Norma VII.

Norma III. Extinción de las titulaciones de Máster.

El Consejo de Administración de la UDIMA podrá iniciar un procedimiento de extinción de cualquiera de las titulaciones de Máster, cuando durante tres cursos académicos consecutivos el importe correspondiente a las matrículas de los estudiantes no haya cubierto el importe de los gastos fijos del profesorado de la titulación de que se trate. La adopción de ese acuerdo no perjudicará en ningún caso el derecho de los estudiantes matriculados en una titulación a la finalización de sus estudios, en los términos fijados de la Norma II y en el procedimiento establecido para la extinción de titulaciones.

Norma IV. Carga mínima docente.

Los estudiantes habrán de matricularse en todos los créditos obligatorios del Título de Máster, sin perjuicio de la convalidación de asignaturas o el reconocimiento de créditos que, en su caso, proceda.

Norma V. Número máximo de convocatorias.

El número máximo de convocatorias al examen presencial del Máster será de tres, computándose tanto las ordinarias como las extraordinarias. Con carácter excepcional, corresponderá al Consejo Rectoral conceder una cuarta convocatoria, denominada "convocatoria de gracia", cuando el estudiante alegue y pruebe alguna causa que justifique la ampliación.

A los efectos, anteriores no se entenderán convocatorias consumidas aquellas a las que no concurra el estudiante pese a haberse matriculado en la asignatura correspondiente.

Norma VI. Tiempo de permanencia en la Universidad.

El tiempo de permanencia en la UDIMA, para el estudio y obtención de un Máster de 60 créditos ECTS, será de 12 meses como mínimo, en la modalidad Full-Time (Dedicación exclusiva) y de 18 meses en la modalidad Part Time (dedicación a tiempo parcial). No obstante, atendiendo a las convocatorias de examen, el tiempo de permanencia en la Universidad se puede prorrogar hasta el agotamiento de las mismas.

Las solicitudes de prórroga del tiempo de permanencia en la UDIMA serán resueltas conjuntamente por Consejo Rectoral y el Decano de la Facultad correspondiente. Contra la resolución emitida no cabrá ulterior reclamación ante los órganos de gobierno de la UDIMA.

Norma VII. Sanción disciplinaria.

Al estudiante que, tras la tramitación del expediente disciplinario que pueda serle instruido, resulte desvinculado de la UDIMA, no se le aplicarán las disposiciones contenidas en las Normas precedentes.

Norma VIII. Convalidación de estudios.

La convalidación de asignaturas o el reconocimiento de créditos en cualesquiera de las titulaciones de Máster, por materias similares anteriormente aprobadas en otras titulaciones oficiales que habiliten para ello, no alterará lo dispuesto en las Normas precedentes.

Norma IX. Comisión Académica de Convalidaciones y Permanencia de la UDIMA.

Se crea una Comisión de Convalidaciones y Reconocimiento de Créditos, presidida por el Rector o un Vicerrector, y formarán parte de la misma el Secretario General y el Decano o Director del Departamento correspondiente. Esta Comisión estudiará y resolverá las solicitudes y reclamaciones de reconocimiento de créditos.

Esta Comisión podrá funcionar por subcomisiones para cada Facultad/Escuela y podrá disponer de un Secretario Técnico, nombrado por el Consejo de Administración a propuesta de los Decanos o Directores de Departamento.

Norma X. Desarrollo de la normativa.

Se autoriza al Rector de la UDIMA para adoptar las medidas necesarias para el desarrollo administrativo de las presentes Normas en aquellos aspectos en los que fuera necesario el mismo.

Opiniones

Actualmente no hay opiniones asociadas a este plan de estudios.



Telf. 91 856 16 99