

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el 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.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Internacional de La Rioja		Facultad de Economía y Empresa	26003829
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Redes Sociales / Master in Social Media	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Redes Sociales / Master in Social Media por la Universidad Internacional de La Rioja			
NIVEL MECES			
3			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CAMPO DE ESTUDIO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas		Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	No
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Virginia Montiel Martín		Responsable de programas ANECA	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Juan Pablo Guzmán Palomino		Secretario General	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Eva Asensio del Arco		Decana de la Facultad	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Avenida de la Paz, 137	26006	Logroño	676614276
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
virginia.montiel@unir.net	La Rioja		
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: La Rioja, AM 18 de agosto de 2025	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, CAMPO DE ESTUDIO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Redes Sociales / Master in Social Media por la Universidad Internacional de La Rioja	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
CAMPO DE ESTUDIO				
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
Universidad Internacional de La Rioja		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
077	Universidad Internacional de La Rioja	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
0	42	12

1.4-1.9 Universidad Internacional de La Rioja

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
26003829	Facultad de Economía y Empresa	Si	Si

1.4-1.9.2 Facultad de Economía y Empresa

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
No	No	Si
PLAZAS POR MODALIDAD		
		300
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	



300	300
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE	
CASTELLANO	CATALÁN
Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO
No	No
FRANCÉS	ALEMÁN
No	No
ITALIANO	OTRAS
No	No

1.10 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN

Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

OBJETIVOS FORMATIVOS

Este máster tiene una **orientación profesional** y su objetivo principal es formar especialistas de alto nivel que puedan desarrollar su labor profesional dentro del marco de la comunicación estratégica digital a través del conocimiento y dominio de las distintas plataformas y recursos tecnológicos relacionados con los medios sociales. El fin es ser capaz de analizar, coordinar, evaluar y ejecutar acciones y planes en el entorno de las redes sociales.

Además, el título tiene como objetivo formativo formar y sensibilizar al estudiantado en la prevención de la violencia contra las mujeres, promoviendo la igualdad y el respeto a la diversidad, en coherencia con la legislación vigente.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

https://static.unir.net/calidad/1.14_Perfil_de_egreso_MU_RRSS.pdf

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias

CE10 - Elaborar técnicas y acciones de Inbound Marketing (Redes Sociales, marketing de contenidos, SEO, captación de Leads) y curación de contenidos (Content Curation) dentro de una estrategia de negocio digital. TIPO: Habilidades o destrezas

CE11 - Ser capaz de integrar los perfiles sociales de la empresa en las distintas plataformas de gestión de las relaciones con los clientes. TIPO: Competencias

CE12 - Ser capaz de integrar técnicas de "Sales Hacking" en medios sociales para optimizar los resultados obtenidos. TIPO: Competencias

CE13 - Diseñar e implementar técnicas de publicidad digital para medios sociales para lograr el incremento de la audiencia y las conversiones. TIPO: Habilidades o destrezas



CE14 - Ser capaz de analizar de manera pormenorizada el rendimiento de las campañas publicitarias en redes sociales. TIPO: Competencias
CE15 - Capacidad para elaborar un trabajo original, presentarlo y defenderlo en el ámbito de los medios sociales en el que se integren los conocimientos adquiridos. TIPO: Competencias
CE3 - Ser capaz de crear y gestionar comunidades online a través del uso de herramientas de monitorización, la programación y la localización de audiencias. TIPO: Competencias
CE4 - Planificar y hacer el seguimiento de una estrategia de medios sociales según los objetivos de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas
CE5 - Ser capaz de crear y gestionar un blog a través de los principales gestores de contenido (CMS). TIPO: Habilidades o destrezas
CE6 - Ser capaz de integrar un blog en la estrategia de la empresa como herramienta de marketing incrementando la visibilidad y el posicionamiento en red. TIPO: Habilidades o destrezas
CE8 - Ser capaz de desarrollar el plan de reputación online de una empresa que incluya un plan de acción en crisis. TIPO: Competencias
CE9 - Ser capaz de elaborar contenidos creativos teniendo en cuenta las distintas posibilidades de formatos y formas narrativas, adecuándolos a las particularidades de cada red social. TIPO: Competencias
CG1 - Ser capaz de analizar la comunicación digital de las empresas dentro de su integración en los medios sociales. TIPO: Competencias
CG2 - Ser capaz de adaptar el plan de negocio de una organización al contexto de las redes sociales. TIPO: Competencias
CG3 - Identificar y adaptar los mensajes más adecuados al lenguaje de cada una de las plataformas sociales más empleadas. TIPO: Habilidades o destrezas
CG4 - Ser capaz de analizar el mercado y desarrollar una estrategia digital para redes sociales que permita mejorar el rendimiento de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas
CG5 - Evaluar la estrategia de medios sociales desarrollada a través del análisis, contraste y comparación de las métricas resultantes. TIPO: Habilidades o destrezas
CG6 - Evaluar los modelos de negocio online y el comportamiento del consumidor en el entorno digital. TIPO: Habilidades o destrezas
CG7 - Ser capaz de identificar la estructura y funcionamiento de los nuevos canales de comunicación (medio digital, interactividad). TIPO: Conocimientos o contenidos
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas
CT3 - Identificar y analizar críticamente las formas de violencia sexual teniendo en cuenta la perspectiva de género y la discriminación por razón de género, orientación o identidad. TIPO: Habilidades o destrezas
CT4 - Analizar estrategias de prevención, detección y sensibilización en materia de violencias sexuales, igualdad de género y respeto a la diversidad aplicables a contextos profesionales relacionados con la titulación. TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN
<p>3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes</p> <p>Requisitos de acceso</p> <p>El órgano encargado de la gestión del proceso de admisión es el Departamento de Admisiones en su vertiente Nacional e Internacional.</p> <p>La admisión definitiva en el título es competencia de la Comisión de Admisiones del mismo, que está compuesta por, al menos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable del título (que puede delegar en un profesor del título). • Responsable de Acceso y Verificaciones. <p>De acuerdo con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la Organización de las Enseñanzas Universitarias Oficiales y del procedimiento de aseguramiento de su calidad para el acceso a las enseñanzas oficiales de este máster se requerirá:</p>



1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.

2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que impliquen, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.

Requisitos de acceso específicos de este título

ACCESO DIRECTO SIN COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN

Además de ello, y de forma más concreta, se requiere que los estudiantes que accedan al máster, cumplan alguno de los siguientes requisitos:

1. Estén en posesión de alguno de los títulos considerados como afines al título propuesto, es decir, sean titulados universitarios en áreas afines a Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Administración y Dirección de Empresas, Comercio, Marketing o titulaciones que puedan ser consideradas equivalentes por la comisión de admisiones; en estos casos el estudiante deberá entregar información que demuestre que se han cursado y superado las materias que permiten adquirir un perfil competencial similar al de las titulaciones mencionadas. La Comisión de Admisiones determinará si el título aportado cumple este requisito.

2. Cumpliendo los requisitos de acceso que indica la legislación, acrediten experiencia profesional demostrable, con **no menos de un año de experiencia con dedicación completa, o tiempo equivalente en el caso de dedicación parcial, realizando tareas relacionadas con el ámbito de conocimiento:**

- Gestión de proyectos de comunicación o marketing digital.
- Diseño de planes de marketing digital.
- Diseño de planes de medios sociales.
- Diseño y desarrollo de plan de contenidos para redes sociales.
- Desarrollo de tareas de dinamización y vertebración de comunidades virtuales.
- Escucha activa (*Social Listening*) y monitorización de marca en redes sociales.
- Diseño o ejecución de campañas de publicidad en medios sociales.
- Medición y análisis de resultados del rendimiento de una marca en medios sociales.

Se solicitará certificado de empresa/institución que acredite la experiencia profesional descrita.

Satisfechos los requisitos específicos de acceso previamente mencionados, y solo en el caso de que el número de solicitudes de plaza que cumplan con los requisitos recogidos en las vías de acceso exceda al número de plazas ofertadas, en la resolución de las solicitudes de admisión se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración:

- Nota media del expediente en la titulación que otorga el acceso al máster (100 %).

En caso de empate en puntuaciones, se elegirá al que tenga mayor número de matrículas de honor y, en su caso, sobresalientes y así sucesivamente.

3.1.1. Acceso con complementos de formación

Adicionalmente, junto con las personas procedentes de titulaciones de áreas afines al título o que cuenten con experiencia profesional afín al título, según los requisitos previamente indicados, podrán acceder cursando complementos de formación los interesados que se detallan a continuación.

Así, con el objetivo de nivelar la formación de los estudiantes del máster, a aquellos que no puedan acreditar poseer los necesarios conocimientos previos para un normal seguimiento del plan de estudios, es decir, aquellos estudiantes que provengan de titulaciones universitarias **del área de Humanidades o del área de Ciencias Sociales y Jurídicas sin afinidad directa con la titulación**, se les ofertarán los siguientes complementos de formación que se describen con detalle a continuación:

1. **Complemento de formación 1:** Fundamentos de Marketing (3 ECTS).
2. **Complemento de formación 2:** Fundamentos de Comunicación (3 ECTS).

En función de la titulación presentada para el acceso, las personas interesadas que no cumplan los requisitos para el acceso directo al máster deberán completar varios de los complementos de formación indicados (según los conocimientos que no puedan acreditar que poseen):

- **Titulaciones procedentes del área de Humanidades:** cursarán los complementos 1 y 2
- **Titulaciones procedentes del área de Ciencias Sociales y Jurídicas sin afinidad directa con la titulación:** cursarán los complementos 1 y 2

Datos de los Complementos formativos

COMPLEMENTO 1: FUNDAMENTOS DE MARKETING
Créditos ECTS: 3



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura el alumno será capaz de:

- Comprender y aplicar los fundamentos de la materia, así como los conceptos y mecanismos de actuación del Marketing.
- Gestionar de manera eficaz las diferentes herramientas de marketing operativo y estratégico integrándolas en un todo en beneficio de la empresa y el consumidor.
- Relacionar el Marketing con las diferentes áreas y actividades del sistema empresarial.
- Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis dentro del ámbito de la gestión de Marketing.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El complemento de formación #Fundamentos de Marketing# tiene como objetivo principal que el alumno aprenda los fundamentos y nociones básicas del Marketing que se utilizan en la empresa actual y que sea capaz de aplicarlos y gestionarlos en todo tipo de organizaciones. Los principales contenidos serán:

- Concepto de Marketing. Definición y entorno.
- El Comportamiento de compra de los consumidores.
- El Sistema de Información y la Investigación comercial.
- Estrategias de marketing, segmentación y posicionamiento.
- Marca: gestión y estrategias.
- El Mix de Marketing: Producto, Precio, Distribución y Comunicación.
- El Marketing y las nuevas tecnologías.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

HORAS

% INTERACCIÓN VIRTUAL SÍNCRONA

Sesiones virtuales sincronicas	3	100 %
Recursos didácticos audiovisuales	8	0
Estudio del material básico	25	0
Lectura del material complementario	12	0
Trabajos, casos prácticos	16	0
Test de evaluación	3	0
Tutorías	8	0
Total	75 horas	-

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍN.	PONDERACIÓN MÁX.
Participación del estudiante	1 %	10 20 %
Trabajos, proyectos y/o casos	60 50 %	89 70 %
Test de evaluación	10 %	30 %

Complemento de Formación 2: FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN

Créditos ECTS: 3

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este complemento de formación introduce al alumno en los principios básicos de la comunicación. Al finalizar el alumno será capaz de:

- comprender los elementos del proceso comunicativo
- interpretar las funciones de la comunicación
- diferenciar las estructuras e instituciones mediáticas
- identificar los distintos géneros y mensajes comunicativos.

La meta fundamental es dotar al alumno de los conocimientos necesarios para comprender y familiarizarse con el fenómeno comunicativo.

CONTENIDOS

Este complemento de formación tiene como objetivo homogeneizar los conocimientos de todos los estudiantes que cursen el Máster en lo relativo a los conceptos básicos de la comunicación. Para ello, los contenidos que se desarrollan durante esta asignatura están relacionados con la asimilación y comprensión de los fundamentos de la comunicación. En concreto, se tratarán los siguientes aspectos:

- La teoría de la comunicación y las ciencias sociales.
- Elementos de un sistema de comunicación.
- Funciones de la comunicación.



- Estructuras e instituciones mediáticas.
- El análisis de mensajes: géneros y métodos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% INTERACCIÓN VIRTUAL SÍNCRONA
Sesiones virtuales síncronas	3	100 %
Recursos didácticos audiovisuales	8	0
Estudio del material básico	25	0
Lectura del material complementario	12	0
Trabajos, casos prácticos	16	0
Test de evaluación	3	0
Tutorías	8	0
Total	75 horas	-

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍN.	PONDERACIÓN MÁX.
Participación del estudiante	1 %	10 20 %
Trabajos, proyectos y/o casos	60 50 %	89 70 %
Test de evaluación	10 %	30 %

Normativa aplicable:

Anexo: Reglamento de acceso y admisión a estudios oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja:

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

https://static.unir.net/documentos/reglamento_acceso_admision_e_o_unir.pdf

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10 000 palabras.

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos cursados en centros de formación profesional de grado superior

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 3: Anexo 2.	
--------------------------	--

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

DESCRIPCIÓN

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

De acuerdo con lo establecido en el art. 10.4. del Real Decreto 822/2021 , podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos propios o de formación permanente. No obstante, se fijan, de acuerdo con la Normativa de UNIR de reconocimiento y transferencia de créditos, los siguientes límites y criterios para poder proceder a este reconocimiento:

- El máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento, tanto por experiencia profesional o laboral previa, como por haber superado estas enseñanzas universitarias no oficiales, no podrá ser superior, en su conjunto, a 9 créditos, correspondientes, según el artículo 10.5 del RD 822/2021, al 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios.
- El reconocimiento no incorporará calificación ni computará a efectos de baremación de expediente.
- Solo se admitirán aquellos estudios propios o de formación permanente en los que se garantice una adecuada evaluación del proceso formativo. A tal fin, en ningún caso, la simple asistencia podrá ser medio suficiente para acreditar la adquisición de



competencia alguna. Tampoco serán aceptadas las acreditaciones o certificaciones expedidas por Departamentos o unidades universitarias que no tengan claras competencias en materia de títulos no oficiales.

- De no estar específicamente delimitado el perfil competencial del estudio universitario no oficial de origen, solo será posible el reconocimiento en caso de que exista una inequívoca equivalencia entre los conocimientos y competencias adquiridas con alguna o algunas materias concretas del título de destino.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

1) Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento.

La normativa vigente fija el límite máximo de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral en el 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En el caso de un máster de 60 ECTS, esto equivale a 9 ECTS.

Con base en lo anterior y teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el estudiante debe proporcionar los mismos resultados del proceso de formación y de aprendizaje que se adquieren con las asignaturas reconocidas, podrán ser objeto de reconocimiento por experiencia profesional y laboral, entre otras, las siguientes:

- Prácticas Académicas Externas (6 ECTS).

El Departamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos revisará la documentación aportada en cada caso, para verificar que se cumplen los requisitos descritos en el apartado anterior. Asimismo, teniendo en cuenta la diversidad de experiencias profesionales que los estudiantes pueden aportar, se podrán realizar otros reconocimientos siempre que, siguiendo las directrices del Real Decreto 822/2021 dicha experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del título universitario oficial.

2) Definición del tipo de experiencia profesional y laboral que podrá ser reconocida y 3) Justificación de dicho reconocimiento en términos de resultados de proceso de formación y aprendizaje ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.

La experiencia profesional o laboral acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con los resultados de proceso de formación y aprendizaje inherentes a dicho título.

La documentación aportada incluirá, en su caso, contrato laboral con alta en la Seguridad Social acreditado mediante certificado de vida laboral; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con los resultados de proceso de formación y aprendizaje inherentes al título.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de las asignaturas mencionadas será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Resultados de aprendizaje específicos	Justificación
Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas (6 ECTS)	CE3, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE14	<p><u>Tipo de entidad:</u> Agencia de publicidad y marketing, departamentos de comunicación y marketing de empresas (pública y privada), o medios de comunicación. <u>Duración:</u> periodo mínimo de 360 horas. <u>Tareas desempeñadas:</u> La actividad desarrollada en la empresa debe justificar experiencia en alguno de los siguientes ámbitos de conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Creación de contenidos multimedia para Redes Sociales Gestión y dinamización de las redes sociales de una marca. Plan de reputación <i>online</i>: introducción, fases y plan de acción en crisis para redes sociales Seguimiento y análisis de resultados: Medición de resultados, KPI, optimización del plan de medios sociales.



- *Social Listening*: Monitorización de perfiles sociales a través de herramientas propias como Hootsuite, Brandwatch, etc. así como la evaluación de resultados y la elaboración de informes.
- Diseño y ejecución de campaña de marketing para redes sociales.
- *Social Ads*: Planificación de campañas publicitarias, público objetivo y segmentación, presupuesto y estrategia de puja.

Normativa aplicable:

Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de UNIR:

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

<https://static.unir.net/documentos/normativa-RTC.pdf>

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10 000 palabras.

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

Información indicada en el apartado de Anexos de la presente memoria; en concreto, en el Anexo I.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.1 SIN NIVEL 1

NIVEL 2: Entorno y Gestión de Medios Sociales

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	18

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
18		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Transformación Digital de la Comunicación: Nuevos Medios y Formatos

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Desarrollo Web Corporativo: el Blog Profesional		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Gestión de la Reputación Online Corporativa: Monitorización y Rentabilidad		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CE12 - Ser capaz de integrar técnicas de "Sales Hacking" en medios sociales para optimizar los resultados obtenidos. TIPO: Competencias		
CE4 - Planificar y hacer el seguimiento de una estrategia de medios sociales según los objetivos de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE6 - Ser capaz de integrar un blog en la estrategia de la empresa como herramienta de marketing incrementando la visibilidad y el posicionamiento en red. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE8 - Ser capaz de desarrollar el plan de reputación online de una empresa que incluya un plan de acción en crisis. TIPO: Competencias		
CE9 - Ser capaz de elaborar contenidos creativos teniendo en cuenta las distintas posibilidades de formatos y formas narrativas, adecuándolos a las particularidades de cada red social. TIPO: Competencias		
CG1 - Ser capaz de analizar la comunicación digital de las empresas dentro de su integración en los medios sociales. TIPO: Competencias		
CG2 - Ser capaz de adaptar el plan de negocio de una organización al contexto de las redes sociales. TIPO: Competencias		



CG4 - Ser capaz de analizar el mercado y desarrollar una estrategia digital para redes sociales que permita mejorar el rendimiento de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG6 - Evaluar los modelos de negocio online y el comportamiento del consumidor en el entorno digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE3 - Ser capaz de crear y gestionar comunidades online a través del uso de herramientas de monitorización, la programación y la localización de audiencias. TIPO: Competencias		
CE5 - Ser capaz de crear y gestionar un blog a través de los principales gestores de contenido (CMS). TIPO: Habilidades o destrezas		
CG5 - Evaluar la estrategia de medios sociales desarrollada a través del análisis, contraste y comparación de las métricas resultantes. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG7 - Ser capaz de identificar la estructura y funcionamiento de los nuevos canales de comunicación (medio digital, interactividad). TIPO: Conocimientos o contenidos		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT4 - Analizar estrategias de prevención, detección y sensibilización en materia de violencias sexuales, igualdad de género y respeto a la diversidad aplicables a contextos profesionales relacionados con la titulación. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT3 - Identificar y analizar críticamente las formas de violencia sexual teniendo en cuenta la perspectiva de género y la discriminación por razón de género, orientación o identidad. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Desarrollo y Optimización de Estrategias en Medios Sociales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
12	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Social Media Strategy: Creación y Gestión de Comunidades Virtuales		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Marketing de Contenidos: la Creatividad Digital		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3



6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: CRM Social y Social Media Hacking: Estrategias de Crecimiento de Comunidades Virtuales		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Social Ads: la Publicidad en Medios Sociales		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CE12 - Ser capaz de integrar técnicas de "Sales Hacking" en medios sociales para optimizar los resultados obtenidos. TIPO: Competencias		
CE14 - Ser capaz de analizar de manera pormenorizada el rendimiento de las campañas publicitarias en redes sociales. TIPO: Competencias		
CE10 - Elaborar técnicas y acciones de Inbound Marketing (Redes Sociales, marketing de contenidos, SEO, captación de Leads) y curación de contenidos (Content Curation) dentro de una estrategia de negocio digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE11 - Ser capaz de integrar los perfiles sociales de la empresa en las distintas plataformas de gestión de las relaciones con los clientes. TIPO: Competencias		
CE13 - Diseñar e implementar técnicas de publicidad digital para medios sociales para lograr el incremento de la audiencia y las conversiones. TIPO: Habilidades o destrezas		



CE4 - Planificar y hacer el seguimiento de una estrategia de medios sociales según los objetivos de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE9 - Ser capaz de elaborar contenidos creativos teniendo en cuenta las distintas posibilidades de formatos y formas narrativas, adecuándolos a las particularidades de cada red social. TIPO: Competencias		
CG2 - Ser capaz de adaptar el plan de negocio de una organización al contexto de las redes sociales. TIPO: Competencias		
CG3 - Identificar y adaptar los mensajes más adecuados al lenguaje de cada una de las plataformas sociales más empleadas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG4 - Ser capaz de analizar el mercado y desarrollar una estrategia digital para redes sociales que permita mejorar el rendimiento de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE3 - Ser capaz de crear y gestionar comunidades online a través del uso de herramientas de monitorización, la programación y la localización de audiencias. TIPO: Competencias		
CG5 - Evaluar la estrategia de medios sociales desarrollada a través del análisis, contraste y comparación de las métricas resultantes. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		



CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CE12 - Ser capaz de integrar técnicas de "Sales Hacking" en medios sociales para optimizar los resultados obtenidos. TIPO: Competencias		
CE14 - Ser capaz de analizar de manera pormenorizada el rendimiento de las campañas publicitarias en redes sociales. TIPO: Competencias		
CE10 - Elaborar técnicas y acciones de Inbound Marketing (Redes Sociales, marketing de contenidos, SEO, captación de Leads) y curación de contenidos (Content Curation) dentro de una estrategia de negocio digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE11 - Ser capaz de integrar los perfiles sociales de la empresa en las distintas plataformas de gestión de las relaciones con los clientes. TIPO: Competencias		
CE13 - Diseñar e implementar técnicas de publicidad digital para medios sociales para lograr el incremento de la audiencia y las conversiones. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE9 - Ser capaz de elaborar contenidos creativos teniendo en cuenta las distintas posibilidades de formatos y formas narrativas, adecuándolos a las particularidades de cada red social. TIPO: Competencias		
CG1 - Ser capaz de analizar la comunicación digital de las empresas dentro de su integración en los medios sociales. TIPO: Competencias		
CG2 - Ser capaz de adaptar el plan de negocio de una organización al contexto de las redes sociales. TIPO: Competencias		
CG3 - Identificar y adaptar los mensajes más adecuados al lenguaje de cada una de las plataformas sociales más empleadas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG4 - Ser capaz de analizar el mercado y desarrollar una estrategia digital para redes sociales que permita mejorar el rendimiento de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG6 - Evaluar los modelos de negocio online y el comportamiento del consumidor en el entorno digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE3 - Ser capaz de crear y gestionar comunidades online a través del uso de herramientas de monitorización, la programación y la localización de audiencias. TIPO: Competencias		
CG5 - Evaluar la estrategia de medios sociales desarrollada a través del análisis, contraste y comparación de las métricas resultantes. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3



	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CE10 - Elaborar técnicas y acciones de Inbound Marketing (Redes Sociales, marketing de contenidos, SEO, captación de Leads) y curación de contenidos (Content Curation) dentro de una estrategia de negocio digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE13 - Diseñar e implementar técnicas de publicidad digital para medios sociales para lograr el incremento de la audiencia y las conversiones. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE15 - Capacidad para elaborar un trabajo original, presentarlo y defenderlo en el ámbito de los medios sociales en el que se integren los conocimientos adquiridos. TIPO: Competencias		
CE4 - Planificar y hacer el seguimiento de una estrategia de medios sociales según los objetivos de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE8 - Ser capaz de desarrollar el plan de reputación online de una empresa que incluya un plan de acción en crisis. TIPO: Competencias		
CE9 - Ser capaz de elaborar contenidos creativos teniendo en cuenta las distintas posibilidades de formatos y formas narrativas, adecuándolos a las particularidades de cada red social. TIPO: Competencias		
CG1 - Ser capaz de analizar la comunicación digital de las empresas dentro de su integración en los medios sociales. TIPO: Competencias		
CG2 - Ser capaz de adaptar el plan de negocio de una organización al contexto de las redes sociales. TIPO: Competencias		
CG3 - Identificar y adaptar los mensajes más adecuados al lenguaje de cada una de las plataformas sociales más empleadas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG4 - Ser capaz de analizar el mercado y desarrollar una estrategia digital para redes sociales que permita mejorar el rendimiento de negocio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG6 - Evaluar los modelos de negocio online y el comportamiento del consumidor en el entorno digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG5 - Evaluar la estrategia de medios sociales desarrollada a través del análisis, contraste y comparación de las métricas resultantes. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG7 - Ser capaz de identificar la estructura y funcionamiento de los nuevos canales de comunicación (medio digital, interactividad). TIPO: Conocimientos o contenidos		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2		
4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES		
ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Denominación de las actividades formativas según las definiciones y datos aportados en el apartado 4.1.		
Sesiones presenciales virtuales sincronas		



Recursos didácticos audiovisuales
Estudio del material básico
Lectura del material complementario
Trabajos y casos prácticos
Test de evaluación
Tutorías
Examen final
Talleres prácticos virtuales
Estancia en Centro
Redacción de la memoria de prácticas
Lectura de documentación del centro de prácticas
Tutorías (Prácticas)
Sesión inicial de presentación de Trabajo Fin de Máster
Lectura de material en el aula virtual (TFM)
Tutorías (TFM)
Sesiones grupales de Trabajo Fin de Máster
Elaboración del Trabajo Fin de Máster
Exposición del Trabajo Fin de Máster

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indican las definiciones de las actividades formativas, así como su asignación en horas y porcentaje de interacción virtual síncrona, o porcentaje de presencialidad física en su caso, en las diferentes materias del título.

METODOLOGÍAS DOCENTES

Metodologías docentes	
MD1	Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales síncronas, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje.
MD2	Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje - servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.
MD3	Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indica la asignación de las metodologías docentes a las diferentes materias del título.

4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Denominación de los sistemas de evaluación según las definiciones y datos aportados en el apartado 4.1.
Participación del estudiante
Trabajos, talleres y/o casos
Test de evaluación
Examen final
Evaluación con base en el informe del tutor externo
Memoria de prácticas
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster
Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster
Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indican las definiciones de los sistemas de evaluación, así como su asignación a las diferentes materias del título y sus ponderaciones mínimas y máximas correspondientes.

4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO
Ver Apartado 5: Anexo 1.
OTROS RECURSOS HUMANOS
Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2022
Ver Apartado 7: Anexo 1.	
7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No aplicable.	
7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD	
ENLACE	http://www.unir.net/universidad-online/manual-calidad-procedimientos/
8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA	
<div>8.2. Medios de información pública relevante</div> <div>8.2.1. Canales de difusión de la información y su gestión</div> <p>Para informar tanto al estudiantado, previamente a su matriculación y durante el proceso de formación y aprendizaje, como al profesorado, a los empleadores y a la sociedad en su conjunto se dispone de la página web oficial de la Universidad Internacional de La Rioja donde se aporta la información sobre las características del título (resultados de aprendizaje, temporalización del plan de estudios que incluye asignaturas, actividades formativas y sistemas de evaluación), sistemas de acceso y admisión, idioma de impartición, etc.</p> <p>La Universidad dispone de sistemas para el control periódico de la información disponible en la página web. Por ello, se verifica periódicamente que la información disponible en la página web del título es suficientemente completa, adecuada y relevante para el estudiantado. El coordinador académico del título hace constar en el informe anual de la Unidad de Calidad de Titulación (UCT) esta revisión periódica.</p> <div>Información pública relevante del plan de estudios</div> <p>UNIR pone a disposición del estudiantado, el profesorado, los empleadores y la sociedad en su conjunto toda la información actualizada del plan de estudios a través de las guías docentes disponibles en la página web de la Universidad. Así, a través de la guía docente de cada una de las asignaturas que forman el plan de estudios, se puede acceder a la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none">• Presentación: describe el objetivo de la asignatura y cómo su contenido es relevante para el desarrollo del plan de estudios.• Competencias: se enumeran y describen las competencias y/o resultados de aprendizaje desarrollados en el título.• Contenidos: se detalla por temas el contenido desarrollado en la asignatura.• Metodología: se describen las actividades formativas de la asignatura especificando las horas de dedicación indicadas en la memoria para cada actividad formativa, así como su presencialidad.• Además, se incluye la distribución temporal prevista para la asignatura.• Bibliografía: se detalla la bibliografía básica, considerada imprescindible para el estudio de la asignatura, así como, en su caso, la bibliografía complementaria, para ayudar a profundizar más en los temas de mayor interés.• Evaluación y calificación: se detallan los sistemas de evaluación y sus porcentajes de evaluación, así como los requisitos específicos, en su caso, para aprobar la asignatura.• Profesorado: se presentan los datos básicos del profesor encargado de impartir la asignatura.• Orientaciones para el estudio: se dan orientaciones al estudiante de cómo organizar el estudio de la asignatura, así como diferentes consejos para un adecuado seguimiento de la asignatura. <div>8.2.2. Sistemas de información previa: información transparente y accesible</div> <p>Con carácter general, por parte de UNIR se pondrá a disposición de los potenciales estudiantes toda la información necesaria para que puedan realizar la elección de su titulación con los mayores elementos de juicio posibles. Se garantiza una información transparente y accesible sobre los requisitos de acceso específicos para el título y los procedimientos de admisión, descritos en la presente memoria, estando disponibles a través de la página web de la Universidad para todos los grupos de interés del título.</p> <p>En las condiciones de matrícula, disponibles en el apartado normativa de la página web de la universidad se alude a los requisitos tecnológicos e informáticos precisos para seguir el curso adecuadamente, dichas condiciones son conocidas y firmadas por el estudiante al matricularse de sus estudios.</p> <p>En relación a las competencias y conocimientos digitales para seguir la actividad docente programada:</p>	



Las competencias digitales que los estudiantes de UNIR precisarán tener para el manejo del campus y correcto desarrollo en la plataforma, serán conocimientos a nivel de usuario de distintos programas (esencialmente del paquete Office), así como nociones básicas sobre navegación por internet.

El estudiante que se matricula en UNIR además cuenta con un período de adecuación a la metodología virtual con apoyo del personal no docente de asistencia.

Por último, desde UNIR se ofrecerá a todos los estudiantes los programas adicionales necesarios que sean específicos para cada titulación que podrán descargar fácilmente desde su campus virtual o a través de cualquier otro enlace accesible o usarse desde las máquinas virtuales habilitadas para tal fin.

Teniendo en cuenta que la rápida evolución en los requisitos de las aplicaciones puede variar rápidamente, una configuración mínima recomendada podría ser:

8 GB de RAM.

Conexión a Internet superior a 6 Mbit/s (>1Mbit/s de subida).

250 GB de disco duro.

Tarjeta gráfica y monitor básico (1024x768 o superior).

Tarjeta de sonido y altavoces o auriculares para poder utilizar el material multimedia.

Webcam y micrófono si se desea participar en conversaciones face-to-face con el profesor u otros estudiantes.

Sistema operativo Windows, Mac OS o Linux.

Acceso de administrador al sistema.

Navegador web Chrome, Safari o Firefox actualizado.

8.2.3. Procedimientos de orientación para la admisión y matriculación de estudiantes de nuevo ingreso

UNIR cuenta con una oficina de Atención al Estudiante que centraliza y contesta todas las solicitudes de información (llamadas y correos electrónicos) y un Servicio Técnico de Orientación (*contact center*) que gestiona y soluciona todas las preguntas y posibles dudas de los futuros estudiantes referidas a:

- Descripción de la metodología de UNIR. Para ello, los estudiantes tendrán acceso a una demo donde se explica paso por paso.
- Niveles de dificultad y horas de estudio estimadas para poder llevar a cabo un itinerario formativo ajustado a las posibilidades reales del estudiante para poder planificar adecuadamente su matrícula.
- Descripción de los estudios.
- Convalidaciones de las antiguas titulaciones.
- Preguntas sobre el Espacio Europeo de Educación Superior.

Finalmente, el personal de gestión y administración (PGA) a través del Servicio de Admisiones proporcionará al estudiante todo el apoyo administrativo necesario para realizar de manera óptima todo el proceso de admisión y matriculación por medio de atención telefónica o por correo electrónico, con información guiada en la web para la realización de la matrícula *online*.

8.2.4. Perfil de ingreso recomendado

Las enseñanzas de los diversos títulos de UNIR se dirigen a cualquier persona que, reuniendo las condiciones de acceso, desea tener una enseñanza a distancia ofrecida en un entorno virtual.

Los motivos que suelen llevar a esa elección están relacionados con algún tipo de dificultad para cursar estudios presenciales. Entre estos destacan los de aquellas personas que ya desempeñan una ocupación laboral, que quieren iniciar o reanudar estudios universitarios.

El **perfil recomendado de ingreso** corresponde al de un estudiante que, cumpliendo los requisitos de acceso establecidos en el apartado 3.1. muestre interés por el ámbito de las redes sociales. Además, se recomienda que el estudiante posea unas aptitudes que le permitan integrar y relacionar sus conocimientos previos con los que desarrollará en el título:

- Capacidad de abstracción, análisis, síntesis y razonamiento lógico.
- Poseer capacidad de percepción y atención.
- Disponer de sentido práctico de la organización.

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Decana de la Facultad	Eva	Asensio	del Arco



DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net			
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Secretario General	Juan Pablo	Guzmán	Palomino
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net			
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.			
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Responsable de programas ANECA	Virginia	Montiel	Martín
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net			

INFORME DEL SIGC

Informe del SIGC: Ver Apartado del SIGC: Anexo 1.



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1.10_completo alegaciones_MU_RRSS.pdf

HASH SHA1 :4243D21DE5372E798DA39D111FF598C3DE8F17DF

Código CSV :930626467755617805798720

Ver Fichero: 1.10_completo alegaciones_MU_RRSS.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.pdf

HASH SHA1 :3A6B8613F10D781C2FD134C9274386749D3002F8

Código CSV :930630927853301966304580

Ver Fichero: 4.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1.pdf

HASH SHA1 :E775E3F662ADED80395882E8CEB49F2E387B849E

Código CSV :881017207427007029266357

Ver Fichero: 5.1.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :5.2.pdf

HASH SHA1 :F5C0FB7B444A0FD13B5712106FF79DB4F2343C2E

Código CSV :881017259289180144016274

Ver Fichero: 5.2.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6_MU_RRSS.pdf

HASH SHA1 :ACF9A8F9E2F37D827524F97A3C1B76E30F0EC549

Código CSV :913253197930086382343346

Ver Fichero: 6_MU_RRSS.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7.pdf

HASH SHA1 :80A703B11EE93E468D2B38179CE9514AD29EC485

Código CSV :881017415543249370863481

Ver Fichero: 7.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.3.pdf

HASH SHA1 :08688BDD3150E445135D2F944D97BC5700AE4392

Código CSV :881801348199540394436345

Ver Fichero: 8.3.pdf



Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1

Nombre :Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016 (1).pdf

HASH SHA1 :6ED38D60B2C80830F7566EDF40A42AC0D2AFFD08

Código CSV :436162227425168349918889

Ver Fichero: Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016 (1).pdf



Apartado Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre :Informe_SIGC_20241004_MU_RRSS_firmado.pdf

HASH SHA1 :87A9E1760EBE6980583DBEF04E0C193025B146A0

Código CSV :805235693056648013375571

Ver Fichero: Informe_SIGC_20241004_MU_RRSS_firmado.pdf



