

## V. OTROS ANUNCIOS

**88****UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA**

Resolución de 12 de septiembre de 2022, de la Universidad Camilo José Cela, por la que se publican los planes de estudio de Máster Universitario.

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la ANECA, autorizada su implantación por la Comunidad de Madrid y establecido el carácter oficial de los títulos por Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de marzo de 2014 (“Boletín Oficial del Estado” número 33, de 7 de febrero de 2014, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 23 de enero de 2014), este Rectorado ha resuelto publicar los planes de estudios conducentes a la obtención de los planes de estudio oficiales relacionados a continuación: Máster Universitario en Computación Gráfica y Simulación, Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales y Máster Universitario en Relaciones Internacionales y Comunicación. Los planes de estudio quedarán estructurados conforme figura en el anexo de la presente resolución.

**ANEXO**
**PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMPUTACIÓN GRÁFICA Y SIMULACIÓN  
(RAMA DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA)**
*Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, Anexo I, apartado 5.1*

## 1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Obligatorias (OB) .....	42
Prácticas Externas (PE) .....	6
Trabajo Fin de Máster (TFM) .....	12
<b>TOTAL</b> .....	<b>60</b>

## 2. Plan de estudios

MÓDULO	MATERIA	ECTS	CARÁCTER	SEMESTRE
Matemáticas aplicadas.	Geometría proyectiva.	3	OB	1.º semestre
	Fundamentos matemáticos.	3	OB	1.º semestre
	Métodos numéricos.	3	OB	1.º semestre
Programación avanzada.	Programación avanzada.	6	OB	1.º semestre
	Programación concurrente.	3	OB	1.º semestre
	Herramientas y técnicas de profiling.	3	OB	1.º semestre
Programación gráfica.	Visualización de datos.	3	OB	2.º semestre
	Rendering y visualización realista.	3	OB	2.º semestre
	Utilización de APIs de representación tridimensional.	6	OB	2.º semestre
Realidad Virtual y Simulación.	Dispositivos hardware.	3	OB	2.º semestre
	Desarrollo e integración de soluciones de realidad virtual.	3	OB	2.º semestre
	Simulación: Sistemas dinámicos y modelos complejos.	3	OB	2.º semestre
Prácticas en empresa.	Prácticas en empresa.	6	PE	2.º semestre
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM	2.º semestre

**PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES (RAMA DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS)**
*Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, Anexo I, apartado 5.1*

## 1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Obligatorias (OB) . .....	36
Prácticas Externas (PE) .....	14
Trabajo Fin de Máster (TFM) .....	10
<b>TOTAL</b> .....	<b>60</b>

## 2. Plan de estudios

MÓDULO	MATERIA	CRÉDITOS ECTS	CARÁCTER	SEMESTRE
Estudio del Entorno Digital.	Realidad digital, oportunidades, factores competitivos y estrategia; cómo emprender con éxito.	2	OB.	1.º semestre
	Investigación aplicada al entorno digital; encuestas, comportamiento del internauta.	2	OB.	1.º semestre
	Nuevos medios digitales: prensa digital, blogs y redes sociales.	2	OB.	1.º semestre
	Inglés especializado en marketing digital.	4	OB.	1.º semestre
	Aspectos legales y jurídicos del marketing digital.	2	OB.	1.º semestre
Marco Conceptual del Marketing Digital.	Fundamentos avanzados de marketing.	2	OB.	1.º semestre
	Conceptos profesionales de marketing digital.	2	OB.	1.º semestre
	Plan de marketing digital.	2	OB.	1.º semestre
Desarrollo y Gestión de plataformas digitales.	Diseño y desarrollo web, html, lenguajes informáticos más usuales, gestión de contenidos.	3	OB.	2.º semestre
	Comercio electrónico y desarrollo de tiendas online.	3	OB.	2.º semestre
Técnicas y Herramientas de Marketing Digital.	Promoción: SEO, Adwords y publicidad digital, remarketing, e-mail marketing, marketing de afiliación, marketing viral, mobile marketing.	5	OB.	2.º semestre
	Gestión de redes sociales-online community management.	3	OB.	2.º semestre
	Gestión de la reputación digital-online reputation management.	2	OB.	2.º semestre
	Análítica Web -Google Analytics y otras herramientas analíticas.	2	OB.	2.º semestre
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	14	PE	2.º semestre
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	TFM.	2.º semestre

**PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO MÁSTER UNIVERSITARIO EN RELACIONES INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN  
(RAMA DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS)**

Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, Anexo I, apartado 5.1

*1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS*

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Obligatorias (OB) .....	18
Optativas (OP).....	24
Prácticas Externas (PE) .....	12
Trabajo Fin de Máster (TFM) .....	6
<b>TOTAL</b> .....	<b>60</b>

*2. Plan de estudios*

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	ECTS	CARÁCTER	SEMESTRE
Estudio Internacionales.	Relaciones Internacionales.	Metodología de análisis internacional.	3	Obligatoria.	1.º semestre.
		Historia de las Relaciones Internacionales en el siglo XX.	3	Obligatoria.	1.º semestre.
		Política internacional, seguridad y defensa.	3	Obligatoria.	1.º semestre.
		Derecho Internacional Público y Organizaciones Internacionales.	3	Obligatoria.	1.º semestre.
		Economía Internacional	3	Obligatoria.	1.º semestre.
	Estudios de área.	Unión Europea: sistema institucional y relaciones exteriores.	3	Obligatoria.	1.º semestre.
		Relaciones Internacionales en América del Norte y América Latina.	3	Optativa.	1.º semestre.
		Relaciones Internacionales en el Magreb y Oriente Medio.	3	Optativa.	1.º semestre.
		Relaciones Internacionales en el África Subsahariana.	3	Optativa.	1.º semestre.
		Relaciones Internacionales en el área de Asia-Pacífico.	3	Optativa.	1.º semestre.
Comunicación.	Comunicación Económica y Desarrollo.	Información Económica y Financiera.	3	Optativa.	1.º semestre.
		Cooperación al Desarrollo y Ayuda de emergencia para periodistas.	3	Optativa.	1.º semestre.
	Información Internacional.	Diplomacia Pública y Marca País.	3	Optativa.	2.º semestre.
		Información de conflictos internacionales y misiones de paz.	3	Optativa.	2.º semestre.
		Periodismo preventivo de conflictos armados.	3	Optativa.	2.º semestre.
		Información sobre terrorismo internacional y delincuencia organizada transnacional.	3	Optativa.	2.º semestre.
		Creación y gestión de gabinetes de comunicación.	3	Optativa.	2.º semestre.
		Negociación e información política internacional.	3	Optativa.	2.º semestre.
	Comunicación Audiovisual e Internet.	Estrategias de información internacional a través de internet.	3	Optativa.	2.º semestre.
		Información internacional en televisión.	3	Optativa.	2.º semestre.
Prácticas académicas Externas.	Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	12	Prácticas Externas.	2.º semestre.
		Trabajo Fin de Máster.	6	TFM.	2.º semestre.

En Villanueva de la Cañada, a 12 de septiembre de 2022.—El Rector, Emilio Lora-Tamayo D'Ocón.

(02/18.452/22)

