

### 3. Otras disposiciones

#### UNIVERSIDADES

*Resolución de 2 de mayo de 2017, de la Universidad de Málaga, por la que se publica el Plan de Estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por las Universidades de Cádiz y Málaga (título conjunto).*

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, y en el artículo 13 del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, que modifica el artículo 26 del Real Decreto 1393/2007, de 30 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, una vez obtenida la verificación de los Planes de Estudios por el Consejo de Universidades, previos informes positivos de la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA) de la Junta de Andalucía, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 7 de octubre de 2016, por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Máster y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (publicado en el BOE de 26 de octubre de 2016).

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación, en el «Boletín Oficial de la Junta de Andalucía», del Planes de Estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación (Máster Universitario conjunto de Universidad de Cádiz y Universidad de Málaga).

El Plan de Estudio al que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo siguiente:

Málaga, 2 de mayo de 2017.- El Rector, José Ángel Narváez Bueno.

#### ANEXO I

Plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación (título conjunto de Universidad de Cádiz y Universidad de Málaga)

1. Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Distribución del Plan de Estudios en créditos ECTS por tipo de materia:

Tipo de Materia	Créditos
Obligatorias	18
Optativas	30
Trabajo Fin de Máster	12
Créditos totales	60

3. Contenido del Plan de Estudios.

Módulos/Materias	Asignaturas	ECTS
Investigación y Fundamentos	Metodología general –Obligatoria–	3
	Comunicación, cultura digital e innovación –Obligatoria–	3
	Políticas de comunicación y espacio público en la UE –Obligatoria–	3
	Seminario de tendencias avanzadas en comunicación –Obligatoria–	3
	Taller de Investigación Aplicada –Obligatoria–	3
	Medición y evaluación en Comunicación –Obligatoria–	3

00113271

Módulos/Materias	Asignaturas	ECTS
Transversal	Liderazgo y habilidades directivas –Optativa–	3
	Marca digital personal –Optativa–	3
Institucional	Lobby y think tanks –Optativa–	3
	Ciberpolítica y Participación ciudadana –Optativa–	3
	Marca y gestión de la comunicación turística -Optativa	3
	Dircom: dirección y gestión de la comunicación –Optativa–	3
Empresarial	Estrategia y creación publicitaria –Optativa–	3
	Transpublicidad. Nueva publicidad para sociedades en movimiento –Optativa–	3
	Publicidad interactiva digital –Optativa–	3
	Glocalización –Optativa–	3
Social	Fundraising y crowdfunding –Optativa–	3
	Comunicación y minorías –Optativa–	3
	Comunicación, conflicto y violencia de género-Optativa	3
	Comunicación para la acción social-Optativa	3
Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster-TFM	12