Máster Oficial Universitario en Comunicación Digital

Introducción

Las profesiones relacionadas con Internet no sólo están teniendo una evolución positiva, sino que además están mejor remuneradas dentro de su categoría. Esta es la principal conclusión extraída del estudio que grandes empresas han elaborado sobre el mercado laboral digital.

Los datos de las ofertas analizadas arrojan también que existen cinco categorías que concentran la demanda de estas nuevas profesiones: e-biblioteconomía, e-marketing y community manager, e-RRHH, e-commerce y periodismo digital entre otras. Además, están mejor remuneradas que al resto de profesiones de su misma categoría profesional. Por ejemplo, en el sector de marketing y comunicación digital, esta diferencia llega al 21%.

Los titulados del máster podrían aplicar sus conocimientos académicos especializados, en áreas como:

- Especialista en descripción y recuperación de información digital.
- SEO (Optimización de Servicios de búsqueda y visibilidad).
- Edición y marcado digital de documentos.
- Metadatos y gestión de activos digitales.
- Community Manager.
- Servicios de referencia digital.
- Gestor de servicios de información digital.
- Evaluación de calidad de servicios de información digital.
- Creación y gestión de contenidos digitales o digitalizados.
- Planificación de políticas de digitalización y preservación.
- Selección y desarrollo de colecciones digitales.
- Dinamizador de redes sociales en el acceso a la información digital.
- Gestor del conocimiento.
- Integración y uso colectivo de grandes cantidades de datos (grid computing).

Titulación

La superación del Máster supondrá la obtención de:

· Título Oficial de Postgrado "**Máster Universitario Oficial en Comunicación Digital**" por la Universidad a Distancia de Madrid.

Duración y precio:

Duración: 60 ECTS
Precio: 4.620 €

Objetivos

El objetivo de aprendizaje principal de este Máster es el de formar a profesionales capaces de conocer la naturaleza de la información y documentación digital, así como sus principios teóricos y metodológicos que puedan aplicar en todas las entidades que tengan o no una cultura digital implementada, ya que el alumno que termine estos estudios será capaz de establecer un sistema de control y gestión, de la información y contenidos digitales de su entorno laboral. Al adquirir la capacidad de aplicar y valorar las técnicas de contenidos digitales, el alumno dispondrá de habilidades para su puesta en funcionamiento o la opción de optar a puestos de trabajo con mayor responsabilidad en un entorno emergente englobado en las nuevas profesiones digitales cada vez más internacionalizadas.

Tutores

Alba Herrero Hernando	Licenciada en Comunicación Audiovisual	Profesor invitado
Ana Virginia Rubio Jordán	Doctora en Ciencias de la Información	Tiempo completo
Carolina Fernández Castrillo	Doctora Europea en Comunicación Audiovisual	Tiempo completo
Gerardo Ravassa Escobar	Ingeniero Informático	Tiempo completo
Guiomar Bermejo Sánchez	Ingeniería Técnica de Obras Públicas	Tiempo completo
Iván García-Magariño García	Doctor Europeo en Informática	Tiempo completo
Javier Bravo Agapito	Doctor en Ingeniería Informática y de Telecomunicaciones	Tiempo completo
Javier García López	Doctor en Comunicación	Tiempo completo
Juan Carmona de la Rosa	Licenciado en Ciencias Políticas	Tiempo completo
Laura Isabel Ruiz Palomino	Licenciada en Economía	Tiempo completo
Luis Alberto Alonso Pastor	Arquitecto Colegiado	Tiempo parcial
Miguel Ángel Poveda Criado	Doctor Europeo en Ciencias Políticas y Sociales	Tiempo parcial
Víctor Núñez Fernández	Doctor en Periodismo	Tiempo parcial

Requisitos de Acceso

Los requisitos de acceso a las enseñanzas oficiales de Máster de conformidad con los 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 de Educación Superior que faculta 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 especificas, 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.

Destinatarios

El Máster Universitario en Comunicación Digital, está dirigido preferentemente a los siguientes colectivos de Titulados Universitarios:

- Titulados en el ámbito empresarial: ADE, Marketing, Economía y Turismo.
- Titulados en el ámbito de la Comunicación: Periodismo, Publicidad y RR.PP. y Comunicación audiovisual.
- Titulados en el ámbito de la Psicología, las Ciencias del Trabajo y de los RR.HH.
- Titulados en Biblioteconomía y Documentación.

Aunque cualquier persona interesada, en posesión de un título universitario oficial, puede acceder a la realización del Titulo de Máster Universitario en Comunicación Digital.

No se exige tener experiencia previa en el ámbito de la comunicación digital

.

Metodología

La Universidad a Distancia de Madrid es una institución educativa "próxima" que tiene como leitmotiv "enseñar a aprender".

La metodología de la UDIMA se basa en un sistema de enseñanza a distancia dentro del marco del Espacio Educativo Superior Europeo y la utilización de las Tecnologías de la Información para la transmisión del conocimiento.

Las bases pedagógicas en las que se fundamenta nuestra Universidad son la formación a distancia de última generación o e-learning, la concepción de su oferta formativa adaptada a la realidad social y laboral, el aprendizaje basado en competencias y la motivación por aprender.
El sistema de enseñanza de UDIMA está estrechamente vinculado a la Sociedad del Conocimiento. Un sistema de evaluación continua y la utilización de herramientas tecnológico-pedagógicas nos permiten desarrollar una metodología activa que ayuda a nuestros estudiantes a "aprender haciendo".

El proceso enseñanza-aprendizaje se desarrolla a través de las Aulas Virtuales de la Universidad. Nuestros estudiantes pueden establecer una comunicación directa con sus profesores a través de los foros, el teléfono y herramientas telemáticas complementarias que permiten la comunicación en tiempo real. La actuación de los docentes como "guías y facilitadores", la realización de un seguimiento académico pormenorizado y la personalización de la acción docente hacen de UDIMA una comunidad de aprendizaje genuina centrada en las personas

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 Tele formación.
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.

Programa

El Título de Máster Universitario en Comunicación Digital comprende 60 créditos ECTS repartidos de la siguiente forma:

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

El Programa formativo se divide en Módulos, cada uno de los cuales agrupa las principales competencias que corresponden a las funciones a desarrollar por un profesional de la Comunicación Digital en sus múltiples facetas y ecosistemas digitales: puestos nacidos del nuevo ecosistema mediático online como directores de comunicación 2.0, community managers, responsables de reputación online, expertos en analítica web, gestores de contenidos digitales, arquitectos de la información digital, expertos en usabilidad, etc.

Estos Módulos agrupan las distintas competencias que tendrá que adquirir el estudiante para el adecuado ejercicio profesional, distinguiendo dentro de los mismos las asignaturas que por razones de metodología integran los conocimientos propios, teórico-prácticos, que corresponden a la materia a impartir.

Módulo I:

El Módulo de La Sociedad de la Información y los Entornos Digitales, a través de las asignaturas que lo compone, “La Sociedad de la Información y la Economía Digital” y “Plataformas Tecnológicas”, trata de: desarrollar los conocimientos esenciales acerca de las tecnología de la información y la comunicación que debe poseer un profesional del medio digital, así como las habilidades de análisis, tratamiento, interpretación, elaboración y estructuración de la información digital imprescindibles en el ecosistema digital. El módulo hará especial hincapié en el contexto general de la Sociedad de la Información y el Conocimiento desde una perspectiva específica y múltiple, “Entorno Digitales y Economía Digital”. Abordará también las perspectivas futuras; metodología de análisis y líneas de evolución.

Módulo II:

El Módulo Gestión y Edición de Contenidos Digitales, a través de las tres asignaturas que lo componen, “Narrativa audiovisual y Documentación informativa”, “Diseño de Publicaciones y Edición Electrónica” y “Documentación Digital” trata de desarrollar los conocimientos específicos y esenciales acerca de principios teóricos y metodológicos para la gestión, selección, organización, preservación, recuperación, acceso, difusión y uso de documentos en entornos digitales, y los conocimientos asociados a los sistemas y licencias abiertos de creación de documentos.

Módulo III:

El Módulo La Industria y la Comunicación Digital, aborda el estudio de la importancia económica de los contenidos digitales, el desarrollo de su oferta, la internacionalización de su industria y el análisis pormenorizado de los casos de éxito de empresas referentes en el mercado de los contenidos digitales, los aspectos éticos, sociales y legales de la empresa digital. Además el estudiante -como futuro profesional del medio digital- tiene la oportunidad de familiarizarse con las áreas de actividad asociadas profesiones digitales tales como periodista digital, community manager, responsable de comunicación corporativa on-line, etc.

Módulo IV:

El Módulo Prácticas Externas. Tras el estudio de los Módulos anteriores, será necesario la realización de prácticas externas adecuadas al contenido de los mismos, en alguna empresa u organización, donde se desarrollen actividades profesionales de referencia a los contenidos de los módulos estudiados. Así, los estudiantes podrán combinar la teoría impartida en la Universidad con las prácticas correspondientes a su programa formativo, tomando contacto con la realidad diaria de la, a través de la observación y de la apropiación de conductas y de actitudes propias de la competencia profesional.

Módulo V:

El Módulo Trabajo Fin de Máster, a través de la asignatura que lo compone, “Trabajo Fin de Máster”, trata de desarrollar en el estudiante la capacidad para analizar, estructurar y aplicar los conocimientos adquiridos en un área determinada del ecosistema digital. Con este objetivo, el estudiante aprenderá a proponer el diseño de estructuras funcionales y actividades coherentes con las características del medio digital de su interés.

Distribución del plan de estudios para el Máster en 12 Meses

Semestre	Código	Asignatura	Tipo	ECTS
Primer Semestre	5360	La Sociedad de la Información y la Economía Digital	B	6
	5361	Plataformas Tecnológicas	B	6
	5362	Narrativa audiovisual y documentación informativa	B	6
	5363	Diseño de Publicaciones y Edición Electrónica	B	6
	5364	Documentación Digital	B	6
	Total Créditos			**30**
Segundo semestre	5365	La Industria de Contenidos Digitales	B	6
	5366	Social Media	B	6
	5367	Comunicación Digital	B	6
	5368	Prácticas Externas	B	6
	5369	Trabajo Fin de Máster	B	6
	Total Créditos			**30**