

3. Otras disposiciones

UNIVERSIDADES

Resolución de 7 de noviembre de 2022, de la Universidad de Sevilla, por la que se publica el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos por la Universidad de Sevilla.

Obtenida la verificación positiva del plan de estudios por parte del Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Andaluza del Conocimiento, y una vez establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 18 de octubre de 2022 (BOE de 28 de octubre de 2022),

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, y en el artículo 27.4 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos por la Universidad de Sevilla, que queda estructurado según consta en el anexo a esta resolución.

Sevilla, 7 de noviembre de 2022.- El Rector, Miguel Ángel Castro Arroyo.

PLAN DE ESTUDIOS DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN PUBLICIDAD Y GESTIÓN DE CONTENIDOS POR LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Centro de Impartición: Facultad de Comunicación

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia		
	Tipo de materia	Créditos
	Total	60
O	Obligatorias	38
P	Optativas	12
E	Prácticas Externas	0
T	Trabajo Fin de Máster	10

Estructura de las enseñanzas por módulos			
Módulo	Asignatura	Tipo de materia	Créditos
Creatividad y Contenidos	Elaboración de Proyectos Creativos	O	4
	Innovación en los Procesos Publicitarios	O	2
	Workshop de Creatividad Publicitaria Aplicada	O	6

00271307

Estructura de las enseñanzas por módulos			
Módulo	Asignatura	Tipo de materia	Créditos
Emprendimiento en Comunicación Corporativa e Institucional	Branding (Teoría y Gestión de Marcas)	O	4
	Desarrollo de Campañas de Responsabilidad Social Corporativa	O	2
	Estrategia y Gestión de Campañas Políticas e Institucionales	O	3
	Planificación de Eventos e Implementación de Campañas de Relaciones Públicas	O	3
Investigación	Análisis de Datos	O	4
	Investigación de Mercados y del Mensaje Publicitario	O	3
	Metodología Científica	O	3
	Técnicas Cuantitativas y Cualitativas de Recogida de Datos	O	4
Optativas	Adaptación de Contenidos de la Cultura de Masas en Publicidad	P	2
	Adaptación de Estrategias y Contenidos al Entorno Digital	P	4
	Emprendimiento en el Sector de la Creatividad	P	2
	Generación de Mensajes para la Comunicación Social	P	2
	Oratoria y Habilidades para Hablar en Público	P	2
	Prácticas en Empresas	P	6
Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster	T	10