

4. Planificación de las enseñanzas

Código del plan de estudios: 1366

4.1 Estructura básica de las enseñanzas

Tipos de materia		Nº créditos ECTS
Ob	Obligatorias	45
Op	Optativas	0
PE	Prácticas Externas	0
TFM	Trabajo Fin de Máster (obligatorio en Máster)	15
	Créditos totales	60

4.2 Organización temporal de las asignaturas

PRIMER CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
208913	Creación y Análisis de Contenido con IA: Optimizando la Experiencia del Cliente	Obligatoria(OB)	5	Primero
208914	Creación y Análisis de Contenido Multimedia con IA: Seduciendo al Consumidor	Obligatoria(OB)	5	Primero
208915	Gestión de Redes Sociales con IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
208916	Motores de Búsqueda, SEO e IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
208917	Publicidad, Compra programática e IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
208918	Tendencias de Inteligencia Artificial y su Aplicación en Marketing Digital	Obligatoria(OB)	5	Primero
Total ECTS			30	

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso

208919	E-commerce e IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
208920	Ética y aspectos legales en el Uso de IA para el Marketing	Obligatoria(OB)	5	Primero
208921	IA y Ciencia de Datos para el análisis de los mercados	Obligatoria(OB)	5	Primero
208922	Trabajo Fin de Master (TFM)	Trabajo Fin de Título (TFT)	15	Primero
Total ECTS			30	

ANUALES				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

SEGUNDO CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

ANUALES				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

TERCER CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE				
---------------------	--	--	--	--

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

ANUALES				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

4.3 Estructura en base a itinerarios formativos (si los hubiese)

No procede.

4.4 Descripción detallada de las asignaturas

ASIGNATURAS PRIMER CURSO

Asignatura: Creación y Análisis de Contenido con IA: Optimizando la Experiencia del Cliente			Código: 208913																										
Carácter: Obligatoria(OB) ECTS: 5 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero																													
Idiomas de impartición: Español																													
Porcentajes de modalidad de impartición • Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %																													
Profesores																													
<table><tr><th>Nombre</th><th>Apellidos</th><th>Nº Identificación</th><th>Interno/Externo</th><th>Nº ECTS Impartidos</th></tr><tr><td>Pablo</td><td>Rodríguez Santamaría</td><td></td><td>Externo</td><td>3.5</td></tr><tr><td>Pablo</td><td>Rodríguez Santamaría</td><td></td><td>Externo</td><td>3.5</td></tr><tr><td>Óscar</td><td>González Benito</td><td></td><td>Interno</td><td>1.5</td></tr><tr><td>Óscar</td><td>González Benito</td><td></td><td>Interno</td><td>1.5</td></tr></table>					Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos	Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	3.5	Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	3.5	Óscar	González Benito		Interno	1.5	Óscar	González Benito		Interno	1.5
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos																									
Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	3.5																									
Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	3.5																									
Óscar	González Benito		Interno	1.5																									
Óscar	González Benito		Interno	1.5																									
Resultados de aprendizaje previstos																													
<table><tr><th>Tipo de resultado</th><th>Descripción</th><th>Código</th></tr><tr><td>Competencias (COM)</td><td></td><td>CB2</td></tr><tr><td>Competencias (COM)</td><td></td><td>CB3</td></tr><tr><td>Competencias (COM)</td><td></td><td>CE1</td></tr><tr><td>Competencias (COM)</td><td></td><td>CG2</td></tr><tr><td>Conocimientos o contenidos (C)</td><td></td><td>C4</td></tr><tr><td>Competencias (COM)</td><td></td><td>CB1</td></tr></table>					Tipo de resultado	Descripción	Código	Competencias (COM)		CB2	Competencias (COM)		CB3	Competencias (COM)		CE1	Competencias (COM)		CG2	Conocimientos o contenidos (C)		C4	Competencias (COM)		CB1				
Tipo de resultado	Descripción	Código																											
Competencias (COM)		CB2																											
Competencias (COM)		CB3																											
Competencias (COM)		CE1																											
Competencias (COM)		CG2																											
Conocimientos o contenidos (C)		C4																											
Competencias (COM)		CB1																											
Tabla de evaluacion																													
<table><tr><th>Prueba</th><th>Tipo</th><th>% Ponderado</th></tr><tr><td>Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros</td><td>Continua</td><td>25</td></tr><tr><td>Trabajo práctico</td><td>Final</td><td>75</td></tr></table>					Prueba	Tipo	% Ponderado	Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua	25	Trabajo práctico	Final	75																
Prueba	Tipo	% Ponderado																											
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua	25																											
Trabajo práctico	Final	75																											
Descripción de contenidos																													

Modelos predictivos en marketing digital. Uso de IA para predecir interacciones, preferencias y comportamientos del cliente. Creación de estrategias personalizadas para cada punto de contacto, desde la adquisición hasta la retención. Análisis del comportamiento de compra en tiempo real. Técnicas para anticipar decisiones de compra, mejorar la retención de clientes y optimizar las tasas de conversión. Uso de IA para campañas de reimpacto y fidelización. Técnicas de IA para medir y mejorar la satisfacción del cliente en tiempo real. Atención post venta. Implementación de IA para gestionar las interacciones postventa, mejorando la retención y la experiencia del cliente.

Asignatura: Creación y Análisis de Contenido Multimedia con IA: Seduciendo al Consumidor

Código: 208914

Carácter: Obligatoria(OB)

ECTS: 5

Curso: Primero

Cuatrimestre: Primero

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de modalidad de impartición

- **Presencial:** 0 %
- **Virtual:** 100 %
- **Híbrido:** 0 %

Profesores

Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	3.75
Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	3.75
Óscar	González Benito		Interno	1.25
Óscar	González Benito		Interno	1.25

Resultados de aprendizaje previstos

Tipo de resultado	Descripción	Código
Competencias (COM)		CB2
Competencias (COM)		CG1
Competencias (COM)		CE3
Habilidades o Destrezas (HD)		H2
Conocimientos o contenidos (C)		C3
Competencias (COM)		CB1
Competencias (COM)		CB3

Tabla de evaluacion

Prueba	Tipo	% Ponderado
Trabajo práctico	Final	75
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua	25

Descripción de contenidos

Personalización en tiempo real y adaptación de contenidos según el usuario. Potenciación del ciclo creativo: desde la generación de ideas hasta la producción de contenido multimedia utilizando IA. Creación de contenido viral e identificación de tendencias mediante IA.

Asignatura: Gestión de Redes Sociales con IA			Código: 208915	
Carácter: Obligatoria(OB)		ECTS: 5	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición				
• Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Marta	Gómez Jiménez		Externo	5
Marta	Gómez Jiménez		Externo	5
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código
Competencias (COM)				CE3
Conocimientos o contenidos (C)				C6
Habilidades o Destrezas (HD)				H4
Competencias (COM)				CB1
Competencias (COM)				CB2
Competencias (COM)				CB3
Competencias (COM)				CG2
Tabla de evaluacion				
Prueba	Tipo		% Ponderado	
Trabajo práctico	Final		75	
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua		25	
Descripción de contenidos				
Automatización en la gestión de redes sociales. Integración de IA para programar, analizar y optimizar contenido. Uso de IA para predecir el rendimiento de publicaciones y ajustar estrategias en función del comportamiento del usuario. Moderación automatizada con IA en redes sociales. Estudio de casos.				

Asignatura: Motores de Búsqueda, SEO e IA				Código: 208916
Carácter: Obligatoria(OB)		ECTS: 5	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición				
• Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Álvaro	Andrés Enríquez		Externo	5
Álvaro	Andrés Enríquez		Externo	5
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código
Competencias (COM)				CB1
Habilidades o Destrezas (HD)				H3
Competencias (COM)				CG2
Competencias (COM)				CB3
Conocimientos o contenidos (C)				C5
Competencias (COM)				CB2
Competencias (COM)				CE1
Competencias (COM)				CE4
Tabla de evaluacion				
Prueba	Tipo		% Ponderado	
Trabajo práctico	Final		75	
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua		25	
Descripción de contenidos				
SEO asistido por IA. Técnicas para optimizar contenido. Search Generative Experience (SGE). ¿Cómo la IA está cambiando el funcionamiento de los motores de búsqueda? Cómo adaptar las estrategias de SEO para maximizar la visibilidad. Análisis predictivo de tráfico. Uso de IA para predecir tendencias de búsqueda y ajustar automáticamente las estrategias de contenido				

Asignatura: Publicidad, Compra programática e IA			Código: 208917	
Carácter: Obligatoria(OB)		ECTS: 5	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición				
• Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Daniel	Borrego García		Externo	5
Daniel	Borrego García		Externo	5
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código
Competencias (COM)				CB2
Competencias (COM)				CG2
Competencias (COM)				CE4
Conocimientos o contenidos (C)				C4
Competencias (COM)				CB3
Competencias (COM)				CB1
Tabla de evaluacion				
Prueba	Tipo		% Ponderado	
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua		25	
Trabajo práctico	Final		75	
Descripción de contenidos				
Publicidad programática. Uso de IA para optimizar las subastas en tiempo real (RTB). Optimización dinámica de campañas. Ajuste automático de estrategias en Google Ads, Meta Ads y plataformas DSP para mejorar el rendimiento publicitario. Asignación de presupuesto basada en IA. Cómo los algoritmos de IA pueden predecir y optimizar la asignación de presupuesto para maximizar el ROI publicitario. Herramientas y métricas para medir el impacto de la IA en las campañas. Cómo calcular el retorno de la inversión (ROI) de la adopción de IA en marketing. Estudio de casos.				

Asignatura: Tendencias de Inteligencia Artificial y su Aplicación en Marketing Digital			Código: 208918	
Carácter: Obligatoria(OB)		ECTS: 5	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición				
• Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Javier	Parra Domínguez		Interno	3
Javier	Parra Domínguez		Interno	3
Óscar	González Benito		Interno	2
Óscar	González Benito		Interno	2
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código
Competencias (COM)				CB2
Competencias (COM)				CG1
Competencias (COM)				CB3
Conocimientos o contenidos (C)				C1
Competencias (COM)				CB1
Tabla de evaluacion				
Prueba	Tipo		% Ponderado	
Trabajo práctico	Final		75	
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua		25	
Descripción de contenidos				
Tendencias de IA en marketing. Machine learning y deep learning. Tecnologías que permiten crear modelos inteligentes que adaptan las estrategias de marketing digital en tiempo real. Herramientas líderes de IA para marketing digital. Introducción y uso práctico de plataformas para tareas de automatización de marketing. Análisis de casos donde las organizaciones han logrado transformar sus estrategias de marketing digital utilizando IA, maximizando la eficiencia y personalización.				

Asignatura: E-commerce e IA			Código: 208919	
Carácter: Obligatoria(OB)		ECTS: 5	Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición				
• Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Adrián	González González		Externo	5
Adrián	González González		Externo	5
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código
Competencias (COM)				CB1
Conocimientos o contenidos (C)				C7
Competencias (COM)				CE1
Competencias (COM)				CE2
Competencias (COM)				CB3
Competencias (COM)				CG1
Competencias (COM)				CB2
Tabla de evaluacion				
Prueba	Tipo		% Ponderado	
Trabajo práctico	Final		75	
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua		25	
Descripción de contenidos				
Automatización en e-commerce. Creación de experiencias de compra personalizadas y optimización de la navegación utilizando IA. Optimización del ciclo de vida del cliente en e-commerce. Funnel de conversión optimizado con IA. Personalización de cada etapa del funnel de ventas, desde la interacción inicial hasta la compra y retención. Chatbots y asistentes virtuales. Implementación de IA para gestionar catálogos, atención al cliente y optimizar la experiencia postventa.				

Asignatura: Ética y aspectos legales en el Uso de IA para el Marketing			Código: 208920	
Carácter: Obligatoria(OB)		ECTS: 5	Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición				
• Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Jesús	Rivas Luis		Interno	5
Jesús	Rivas Luis		Interno	5
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código
Competencias (COM)				CB2
Conocimientos o contenidos (C)				C9
Competencias (COM)				CE5
Competencias (COM)				CB1
Competencias (COM)				CB3
Competencias (COM)				CG3
Tabla de evaluacion				
Prueba	Tipo		% Ponderado	
Trabajo práctico	Final		75	
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua		25	
Descripción de contenidos				
Ética en la personalización y segmentación de marketing. Uso responsable de los datos de clientes y segmentación basada en IA. Cumplimiento normativo global. Análisis de regulaciones. Responsabilidad social. Estrategias para mantener la confianza del cliente y la transparencia en el uso de IA.				

Asignatura: IA y Ciencia de Datos para el análisis de los mercados			Código: 208921	
Carácter: Obligatoria(OB)		ECTS: 5	Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición				
• Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
DAVID	RUIZ UCETA		Externo	5
DAVID	RUIZ UCETA		Externo	5
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código
Competencias (COM)				CB1
Competencias (COM)				CB3
Competencias (COM)				CG2
Competencias (COM)				CE2
Conocimientos o contenidos (C)				C8
Habilidades o Destrezas (HD)				H5
Competencias (COM)				CB2
Competencias (COM)				CE3
Tabla de evaluacion				
Prueba	Tipo		% Ponderado	
Trabajo práctico	Final		75	
Asistencia virtual a clases sincrónicas y participación en foros	Continua		25	
Descripción de contenidos				
Uso de grandes volúmenes de datos. Introducción a la ciencia de datos enfocada en campañas de marketing digital. Modelos predictivos avanzados. Comportamiento del cliente. Entender y anticipar las necesidades y preferencias de los clientes. Herramientas de big data.				

Asignatura: Trabajo Fin de Master (TFM)			Código: 208922	
Carácter: Trabajo Fin de Título (TFT) Segundo		ECTS: 15	Curso: Primero	Cuatrimestre:
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición • Presencial: 0 % • Virtual: 100 % • Híbrido: 0 %				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
DAVID	RUIZ UCETA		Externo	0
DAVID	RUIZ UCETA		Externo	0
Óscar	González Benito		Interno	0
Óscar	González Benito		Interno	0
Marta	Gómez Jiménez		Externo	0
Marta	Gómez Jiménez		Externo	0
Álvaro	Andrés Enríquez		Externo	0
Álvaro	Andrés Enríquez		Externo	0
Jesús	Rivas Luis		Interno	0
Jesús	Rivas Luis		Interno	0
Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	0
Pablo	Rodríguez Santamaría		Externo	0
Daniel	Borrego García		Externo	0
Daniel	Borrego García		Externo	0
Adrián	González González		Externo	0
Adrián	González González		Externo	0
Javier	Parra Domínguez		Interno	0
Javier	Parra Domínguez		Interno	0
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción			Código

Competencias (COM)		CE4
Habilidades o Destrezas (HD)		H1
Habilidades o Destrezas (HD)		H2
Habilidades o Destrezas (HD)		H3
Competencias (COM)		CB3
Competencias (COM)		CG2
Conocimientos o contenidos (C)		C1
Conocimientos o contenidos (C)		C2
Conocimientos o contenidos (C)		C4
Conocimientos o contenidos (C)		C8
Competencias (COM)		CB2
Habilidades o Destrezas (HD)		H4
Competencias (COM)		CE1
Conocimientos o contenidos (C)		C6
Competencias (COM)		CE2
Competencias (COM)		CE5
Competencias (COM)		CG1
Conocimientos o contenidos (C)		C5
Conocimientos o contenidos (C)		C9
Habilidades o Destrezas (HD)		H5
Competencias (COM)		CE3
Competencias (COM)		CG3
Conocimientos o contenidos (C)		C3
Conocimientos o contenidos (C)		C7
Competencias (COM)		CB1

Tabla de evaluacion

Prueba	Tipo	% Ponderado
Elaboración y defensa del TFM	Final	100

Descripción de contenidos

Proyecto final de aplicación de los conocimientos adquiridos en el que los participantes deberán integrar y aplicar las competencias y los conocimientos adquiridos en un proyecto real o simulado.