4. Planificación de las enseñanzas

Código del plan de estudios:

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**
	Creación y Análisis de Contenido con IA: Optimizando la Experiencia del Cliente	Obligatoria(OB)	5	Primero
	Creación y Análisis de Contenido Multimedia con IA: Seduciendo al Consumidor	Obligatoria(OB)	5	Primero
	Gestión de Redes Sociales con IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
	Motores de Búsqueda, SEO e IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
	Publicidad, Compra programática e IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
	Tendencias de Inteligencia Artificial y su Aplicación en Marketing Digital	Obligatoria(OB)	5	Primero
Total ECTS			**30**	

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	**Asignatura**	**Tipo**	**ECTS**	**Curso**
	E-commerce e IA	Obligatoria(OB)	5	Primero
	Ética y aspectos legales en el Uso de IA para el Marketing	Obligatoria(OB)	5	Primero
	IA y Ciencia de Datos para el análisis de los mercados	Obligatoria(OB)	5	Primero
	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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad de impartición

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

Profesores

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

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

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 mediry 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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad 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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad 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
Óscar	González Benito		Interno	0
Óscar	González Benito		Interno	0

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 gestiónde 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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad 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
Óscar	González Benito		Interno	0
Óscar	González Benito		Interno	0

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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad de impartición

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

Profesores

Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Óscar	González Benito		Interno	0
Óscar	González Benito		Interno	0
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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad 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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Segundo

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad de impartición

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

Profesores

Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Óscar	González Benito		Interno	0
Óscar	González Benito		Interno	0
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**:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Segundo

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad 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
Óscar	González Benito		Interno	0
Óscar	González Benito		Interno	0

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:

Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 5 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Segundo

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad 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
Óscar	González Benito		Interno	0
Óscar	González Benito		Interno	0

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**:

Carácter: Trabajo Fin de Título (TFT) **ECTS:** 15 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Segundo

Idiomas de impartición: Español

Porcentajes de moldalidad 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.

ASIGNATURAS SEGUNDO CURSO (si lo hubiera)

ASIGNATURAS TERCER CURSO (si lo hubiera)

4.5 Actividades y metodologías docentes

La modalidad de cursadodel máster es 100 % virtual e incluye tantoinstancias de interacción virtual (síncrona/asíncrona) profesor-estudiante como horas de trabajo autónomo por parte del estudiante.
Durante el cursado, se irán habilitando las asignaturas correspondientes conforme a la fecha establecida en el cronograma. Cada asignatura presenta el contenido pertinente al currículo del programa, dentro del cual se dispondrán distintos elementos que acompañarán al estudiante en su formación.
Concretamente, cada asignatura incluye los siguientes objetos de aprendizaje:
Materiales de lectura: cada asignatura cuenta con un materialde lectura elaborado por el docente,el cual presenta el marco conceptual y la bibliografía ampliatoria para comprender las unidades temáticas.
Foros de participación: constituyen espacios de aporte, consultas e intercambios permanentes acerca de las experiencias y opiniones vinculadas a cada asignatura. En este espacio el profesor deberá plantear actividades, brindar *feedback* y resolver consultas de los alumnos. Estarán estipuladas las fechas concretas en las que el docente se encontrará conectadoy a disposición de los alumnos para llevar adelantelas actividades del foro, m ás allá de su participación asíncrona a lo largo del módulo.
Clases sincrónicas y de consulta: en estas sesiones programadas en el calendario académico, se trabajarán los principales ejes de contenidos de la asignatura bajo un enfoque teórico-práctico. Luego se abrirá un espacio para abordar las consultas de los estudiantes. Quedarán grabadaspara quienes requieran
reforzar los contenidos
tratados en cada encuentro. Estarándisponibles entre las 24 y las 48 horas posteriores a la sesión,ingresando e n la sección "Zoom" de la plataforma de aprendizaje.
Trabajo práctico: desarrollado por el docente, constituye la metodología para evaluar los conocimientos y competencias adquiridos por los estudiantes durante la cursada de la asignatura. A través de actividades prácticas, los estudiantes deberán demostrar su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones reales.Mediante el modelode cursado establecido, se garantiza que los estudiantes desarrollen las tareas prácticas propuestas en la plataforma (foro evaluativo, trabajopráctico y test),que estas sean corregidas conforme a criterios/rúbricas establecidos, y que, finalmente, el profesor le brinde una calificación (*feedback*) al alumno.
Encuesta de satisfacción: permite contar con el *feedback*
delos estudiantes y realizar intervenciones ágiles para satisfacer sus expectativas y mejorar la experiencia de aprendizaje.
Tutorías y comunicación con el docente: los alumnos contaráncon espacios de tiempo disponible para que el docente pueda atender y resolver sus dudas (con una cantidad de horas especialmente incrementada en la asignatura de TFM).
En el trabajo fin de máster, el estudiante atravesará diferentes fases durante el proceso de elaboración.
Con una estructura claramente definida en fases de elaboración (se entregará un documento al estudiante en el que se especificarán todos los detalles), el TFM es la culminación del proceso de aprendizaje. Duranteesta etapa del cursado, cada estudiante recibe una tutorización individualizada a lo largo del TFM que comienza con la selección del tema y termina con la presentación final. Se establece un calendario de reuniones virtuales, según sea necesario.
El proceso del TFM se divide en tres fases principales, cada una con interacciones específicas profesor-estudiante:
Presentación de ficha Inicial: se valida la propuesta inicial del TFM mediante una sesión de *feedback* con el tutor asignado, garantizando que el estudiante tenga una dirección clara desde el inicio.
Tutorización: duranteel desarrollo del TFM, el estudiante trabajaen estrecha colaboración con el tutor, quien ofrece asesoramiento continuo,revisión de avancesy ajustes necesarios, asegurando así que el trabajo se mantenga en el camino correcto hacia los objetivos de aprendizaje.
Presentación y defensa: en esta instancia, el estudiante entrega la versión final de su TFM. En caso de ser necesario, se organizan sesionespreparatorias con el tutor para afinar la presentación. Cabe destacar que la defensa oral del trabajo se realiza de manera *online* sincrónica, con la presencia del comité evaluador.

Para la instancia de TFM, se contemplan **criterios de evaluación** que están diseñados para reflejar no solo la coherencia y la calidad académica del trabajo, sino también su relevancia práctica y su aplicabilidad en entornos profesionales reales. Específicamente, se consideran los siguientes aspectos:
Planteamiento y desarrollo: se evalúa la cohesión, la claridad y el estilo de la redacción, asegurando que el tema, los objetivos y el contenido estén alineados y se desarrollen lógicamente a lo largo del trabajo. La redacción debe ser del nivel esperado para una maestría, y debe presentar una argumentación bien estructurada y articulada.
Contenido: la introducción debe justificar la relevancia del tema, presentar el problema y establecer objetivos claros, incluyendo detalles específicos en caso de proyectos. Se espera que el tema searelevante y útil, con una presentación clara y pertinente que corresponda al título del trabajo y que tenga una extensión adecuada.
Objetivos: los objetivos deben estar claramente definidos y deben diferenciarse entre generales y específicos.Es importante que sean coherentes, alcanzables y medibles, y que guíenel desarrollo y las conclusiones del trabajo.
Referencias bibliográficas: las referencias deben estar correctamente citadas y alineadascon la normativa aplicable (por ejemplo, APA 6ª edición). Deben ser actuales, relevantes, y deben reflejar una diversidad de fuentes y perspectivas, apoyando adecuadamente el trabajo.
Conclusiones: las conclusiones deben derivarse directamente del trabajo realizado, estar alineadas con los objetivos, las competencias y las habilidades planteados, y expresar hallazgos originales en terminología propia.
Sistema de mensajería: diseñado para facilitarla comunicación entre los usuarios, incluyendo a los estudiantes, los profesores y los coordinadores. Permite el intercambio de correos electrónicos, archivos, enlaces y mensajes de videoo de audio dentro dela plataforma. Ofrece múltiples alternativas, pero principalmente los docentes y los alumnos envían mensajes privados con consultas, notificaciones y alertas sobre el programa. El docente responderá a las consultas que reciba en un plazo no superior de 48 horas.
Para garantizarla integridad de las instancias evaluativas, se implementan procedimientos y recursos rigurosos:
Las actividades están diseñadas para evaluar el pensamiento crítico y la aplicación de conocimientos, con preguntas de desarrollo y casos prácticos que hacen poco viable la ayuda externa. Este tipo de actividades, con un fuerte enfoque práctico, contribuye a que los participantes adquieran las competencias y habilidades propuestas para los estudiantes.
Monitoreo en plataforma: El sistema Canvas permite rastrear e identificar la actividad del estudiante, como su IP, ingresos a la plataforma, fecha y horario.
Supervisión de defensas: las defensas del trabajo fin de máster(TFM), se llevan a cabo de manera sincrónica bajo protocolos que permiten la observación en tiempo real del estudiante durante el examen. Estas instancias estarán debidamente calendarizadas y se realizarán monitorizadas a través de la plataforma Zoom bajo los siguientes parámetros de supervisión:

- Acceso a Zoom en la plataforma de aprendizaje de doinGlobal, mediante el usuario y la clave de cada alumno.
- Obligatoriedad de encendercámara y sonido.
- Limitación de tiempo en función de la complejidad de la actividad propuesta por el docente.

4.6 Calendario de comienzo y fin del programa

4.6.1 Duración del programa en meses: 12

4.6.2 Fechas de inicio

Primer edición: Entre 15 de septiembre y 15 de diciembre

- **Del** 03-11-2025 **al** 03-11-2026

Segunda edición: Entre 15 de febrero y 15 de mayo

- **Del** 28-04-2026 **al** 28-04-2027

4.6.3 Número de ediciones: 2