

Desarrollo
profesional y personal

Curso académico 2026-2027

Community Manager: Tecnología y Práctica Aplicadas a la
Social Media

del 3 de diciembre de 2026 al 18 de junio de 2027

20 créditos ECTS

DIPLOMA DE EXPERTO PROFESIONAL

Características: material impreso, material multimedia, actividades presenciales optativas, página web, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Ingeniería Eléctrica, Electrónica, Control, Telemática y Química Aplicada a la Ingeniería
E.t.s. de Ingenieros Industriales

XV Curso de Experto Profesional en COMMUNITY MANAGER:
Tecnología y Práctica Aplicadas a la Social Media



PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

Curso 2025/2026

El Programa de Desarrollo Profesional y Personal acoge cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio por la UNED. Cada curso se impartirá en una de las siguientes categorías: Experto/a Profesional, Enseñanza Abierta, Actualización Profesional y atienden una demanda de formación en respuesta a las necesidades e intereses del mundo del trabajo. Sus cursos estarán promovidos por la UNED o entidades sociales y económicas que busquen el apoyo académico de la Universidad para la mejor calidad de sus acciones de formación y promoción de sus colectivos laborales y profesionales.

Requisitos de acceso: no hay requisitos mínimos de acceso, salvo los específicos de cada curso establecidos por su director.

Destinatarios

El curso está diseñado para proporcionar una formación completa y práctica a todas aquellas personas interesadas en desarrollar **competencias profesionales en el ámbito de la gestión de redes sociales y la comunicación digital**. También es perfecto para cualquier profesional que quiera potenciar su currículum y adquirir conocimientos en el campo del Community Management, las Redes Sociales y el Marketing Digital, en respuesta a las necesidades e intereses del mundo del trabajo, con lo que puede complementar muy bien distintos perfiles profesionales.

La presencia en Internet y Redes Sociales se ha convertido en un elemento esencial para cualquier empresa, institución o proyecto que desee conectar con su público y consolidar su reputación en el entorno digital. Las organizaciones, conscientes de la

importancia de su reputación online y el impacto que ésta genera en su cuenta de resultados, necesitan disponer de profesionales que sean capaces de gestionarla adecuadamente y proporcionar mayor visibilidad a su negocio, algo fundamental en un entorno cada vez más competitivo. En este contexto, **la figura del Community Manager ha adquirido un papel estratégico** dentro de las organizaciones, siendo un profesional altamente demandado a nivel empresarial, lo que impulsa su **elevada empleabilidad**.

A lo largo del programa formativo, los participantes aprenderán a diseñar estrategias de social media, crear contenidos atractivos y relevantes, analizar métricas de rendimiento, gestionar comunidades online y utilizar herramientas digitales que faciliten la planificación y optimización de campañas en redes sociales. Todos los temas se tratan desde la base, por lo que **no es necesario tener conocimientos previos** para el aprovechamiento del curso. La titulación inicial exigida es una titulación universitaria de grado o equivalente, pero al tratarse de un curso de Experto Profesional, aquellas personas relacionadas con la Comunicación Audiovisual, el Marketing Digital, el uso de las Redes Sociales o las Tecnologías de la Información en general, que estén trabajando, o bien deseen hacerlo en este sector en expansión, también **pueden realizar el curso aunque no estén en posesión de un título universitario**.

Además, el programa incorpora las últimas tendencias del sector, incluyendo el uso de **herramientas basadas en Inteligencia Artificial**, técnicas avanzadas de análisis de audiencia, planificación de campañas publicitarias en redes sociales y gestión de la reputación digital. La integración de la Inteligencia Artificial (IA) en diversos apartados del curso, permitirá a los futuros community managers desarrollar estrategias más eficientes, personalizadas y basadas en datos, optimizando su trabajo y potenciando el engagement de las marcas en el entorno digital.

Los conocimientos teórico-prácticos aportados constituyen un valor añadido, tanto para pequeños emprendedores, como **para todo tipo de profesionales en general**; especialmente, a la hora de enfrentarse a nuevos retos y diseñar procesos de expansión que permitan la captación de nuevos clientes y aumentar el nivel de fidelización de los que ya lo son, pilar fundamental en el desarrollo no sólo de las grandes empresas, sino también de las Pymes y todo tipo de organizaciones en general. En particular, este curso puede resultar de especial interés para:

- Personas que desean iniciar una **carrera profesional** en el sector del Marketing Digital o la comunicación online.
- Profesionales de **marketing, comunicación o publicidad** que buscan especializarse en la gestión estratégica de Redes Sociales.
- **Emprendedores** y responsables de pequeñas y medianas empresas que desean mejorar la presencia digital de sus proyectos o marcas.
- **Estudiantes** y titulados en áreas relacionadas con las tecnologías de la información, la comunicación, el marketing o la empresa, que quieran complementar su formación con competencias digitales.
- **Profesionales de otros sectores** interesados en adquirir conocimientos sobre la gestión de comunidades online, la creación de contenidos digitales y el uso aplicado de la IA.

1. Presentación y objetivos

El curso combina **contenidos teóricos con ejercicios prácticos y casos reales**, permitiendo a los participantes desarrollar las competencias necesarias para desempeñar con éxito el rol de community manager en distintos tipos de organizaciones. Para ello se analizan diversos canales de comunicación online, así como las funciones y habilidades necesarias a la hora de desarrollar y mantener un proyecto Social Media. En este sentido, se examinan a fondo las herramientas más actuales de trabajo necesarias para desempeñar el papel de Community Manager, tanto a la hora de diseñar y desarrollar acciones, como a la de medir y analizar el impacto que dichas acciones tienen dentro de una determinada estrategia empresarial. Además, teniendo en cuenta que la Inteligencia Artificial está transformando el rol del Community Manager, se estudia **cómo utilizar la IA para optimizar procesos y mejorar la interacción con las audiencias** de forma estratégica, creativa y profesional.

El objetivo principal del curso es capacitar a los participantes para **desempeñar de forma eficaz las funciones propias de un community manager** dentro de una organización o proyecto digital. De manera específica, el curso proporciona la formación necesaria para que los participantes:

- Comprendan el papel estratégico del community manager dentro de la comunicación digital de una marca.
- Aprendan a diseñar y planificar estrategias de social media alineadas con los objetivos de la organización.

- Desarrollen habilidades para la creación de contenidos digitales atractivos y adaptados a diferentes plataformas sociales.
- Conozcan las herramientas más utilizadas para la gestión, programación y análisis de redes sociales.
- Sean capaces de interpretar métricas y datos para evaluar el rendimiento de campañas y optimizar la estrategia digital.
- Adquieran competencias para gestionar comunidades online, interactuar con los usuarios y cuidar la reputación digital de la marca.
- Se familiaricen con el **uso de herramientas de Inteligencia Artificial aplicadas** a la creación y gestión de contenidos en Internet y Redes Sociales, así como al resto de tareas que realiza un Community Manager.

En el curso se revisan en detalle las características de las plataformas de Redes Sociales más populares (Facebook, YouTube, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, Pinterest, WhatsApp, Snapchat, Reddit, Threads...) y se hace especial hincapié en las **buenas y malas prácticas en el desempeño profesional**, resaltando la importancia de la ética y legalidad en el uso de las Redes Sociales. También se estudia cómo crear contenidos digitales relevantes de forma eficiente y cómo promocionar dichos contenidos con técnicas basadas en el posicionamiento natural y el posicionamiento patrocinado. Esto incluye la creación de campañas de publicidad en Google y las Redes Sociales más importantes a día de hoy, para lograr que una determinada organización alcance mayor visibilidad en Internet y Redes Sociales, mejore su reputación online y gane audiencia para incrementar su retorno de inversión.

Por último, se analizan las **nuevas tendencias emergentes** en el campo del Community Management y se prepara a los estudiantes para enfrentarse a los desafíos y oportunidades presentes y futuras de forma totalmente profesional.

Otra Información

Será responsabilidad exclusiva del Equipo Docente la información facilitada en la siguiente relación de hipervínculos. En caso de detectarse alguna contradicción, prevalecerá la oferta formativa aprobada por el Consejo de Gobierno para cada convocatoria, así como del Reglamento de Formación Permanente y del resto de la legislación Universitaria vigente.

[INSTRUCCIONES DE MATRÍCULA](#)

[Página web](#)

[Guía didáctica](#)

[Más Información](#)

2. Contenidos

MÓDULO 1: COMMUNITY MANAGEMENT Y SOCIAL MEDIA

1. Introducción al Community Management y Social Media, incorporación de la IA

- Definición de Community Management y Social Media
- Historia y evolución de las Redes Sociales
- Caracterización de las Redes Sociales de mayor relevancia
- Importancia del Community Manager para las marcas y organizaciones: Funciones y Responsabilidades

- Tendencias actuales en Social Media, integración de la Inteligencia Artificial en el desempeño profesional

2. Fundamentos de Marketing Digital en Redes Sociales

- Principios básicos de Marketing Digital
- Nuevo modelo de Atención al Cliente
- Identidad y Reputación Digital de una empresa u organización
- El embudo de conversión y el Customer Journey
- Identificación y Segmentación de Audiencias
- Construcción y mantenimiento de una comunidad en línea
- Establecimiento de objetivos y KPIs en Social Media

3. Planificación Estratégica en Social Media, ayuda de la IA

- Análisis de la audiencia y segmentación, cómo incorporar Inteligencia Artificial
- Establecimiento de objetivos SMART
- Creación de un Plan de Social Media
- Desarrollo de una estrategia de contenido
- Cómo hacer frente a una crisis online
- Herramientas de trabajo en el día a día de las Comunidades Virtuales

TRABAJO PRÁCTICO: WordPress para un Community Manager: Desarrollo de Webs y Blogs. Utilización de la Inteligencia Artificial en el desarrollo de contenidos.

4. Plataformas de Redes Sociales (Parte 1)

- El valor del marketing en las Redes Sociales: el mejor enfoque
- Terminología clave en Redes Sociales
- Análisis detallado de las principales plataformas: Facebook, YouTube, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, Pinterest, WhatsApp, Snapchat, Reddit, Threads...
- Creación de Redes Sociales en plataformas clave para una empresa
- Cómo atraer público y sacar partido de las Redes Sociales
- Mejores prácticas recomendadas para cada plataforma

5. Plataformas de Redes Sociales (Parte 2)

- Creación y optimización de campañas en Redes Sociales
- Gestión de perfiles y páginas empresariales
- Integración de múltiples plataformas en una estrategia coherente de social media
- Pasos clave para la creación de campañas en distintas Redes Sociales
- Estrategias específicas para cada plataforma: creación de campañas en Facebook, YouTube, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, Pinterest, WhatsApp, Snapchat, Reddit, Threads...
- Análisis de las campañas desarrolladas en Redes Sociales: Extracción de información sobre la audiencia en cada plataforma

MÓDULO 2: CREACION Y PROMOCIÓN DE CONTENIDOS. ESTRATEGIAS DE ENGAGEMENT. INTEGRACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

6. Creación y Gestión de Contenidos, ayuda de la IA. Ética y Legalidad en Social Media

- Desarrollo de contenido creativo y relevante: estrategias de storytelling en Redes Sociales
- Plan de contenidos: calendarios editoriales y programación de publicaciones
- Curación de contenidos y conceptos básicos a la hora de comunicar
- Herramientas de Inteligencia Artificial para mejorar la creatividad y personalización del contenido
- Protección de la privacidad y seguridad de los usuarios
- Marco Legislativo: propiedad intelectual y protección de datos
- Responsabilidad y transparencia en la comunicación corporativa en línea

7. Técnicas de Promoción: Posicionamiento Natural (SEO), Local (SEO Local), Patrocinado (SEM), Social (SMO y SMM) y otras técnicas de posicionamiento

- Introducción al posicionamiento de contenidos
- Fundamentos y objetivos del SEO
- Búsqueda y optimización de Palabras Clave o Keywords
- Optimización del rendimiento del SEO
- Medición del rendimiento del SEO: Fuentes de tráfico
- Cómo trabajar y sacar partido del SEO Local
- Fundamentos y objetivos del SEM
- Creación de una campaña de búsqueda de pago con Google Ads
- Gestión de una campaña de búsqueda de pago
- Métrica de una campaña de búsqueda de pago

8. Publicidad y promoción en Redes Sociales, personalización con IA

- Publicidad mediante Redes Sociales: Social Advertising
- Objetivos publicitarios y tipos de anuncios
- Cómo crear anuncios que funcionen en cada plataforma y utilizar la Inteligencia Artificial para personalizarlos
- Creación de campañas de pago con Facebook Ads, YouTube Ads, Instagram Ads, X Ads, LinkedIn Ads y otras plataformas
- Desarrollo práctico de contenidos de promoción, uso de la IA

9. Monitorización y Gestión de la Reputación Online. Analítica y Medición de Resultados. Optimización de estrategias con IA

- Monitorización de la reputación de una marca
- Herramientas de Monitorización y escucha social
- Construcción y mantenimiento de la reputación online
- Métricas clave de Redes Sociales
- Herramientas de análisis y reporting
- Interpretación de métricas y toma de decisiones: Optimización de estrategias basadas en datos e Inteligencia Artificial

TRABAJO PRÁCTICO: Analítica Web y local para un Community Manager: Google Analytics y Google My Business.

10. Rentabilidad, Éxito y Retorno de la Inversión. Estrategias Avanzadas, IA y Tendencias Futuras

- Éxito y Retorno de la Inversión: cálculo de la inversión y los beneficios

- Informes de rendimiento y ROI en Social Media
- Estrategias avanzadas de Social Media Marketing
- Tendencias emergentes en Social Media
- Aplicación de la Inteligencia Artificial en Marketing Digital y la gestión de Comunidades Virtuales
- Preparación para cambios y evoluciones futuras del Community Management

TRABAJO O PROYECTO FIN DE CURSO

3. Metodología y actividades

El curso sigue la **metodología propia de la UNED**, que combina los valores de la enseñanza a distancia tradicional con las nuevas Tecnologías de la Comunicación, permitiendo aprender cómoda y fácilmente desde el domicilio, lugar de trabajo, o cualquier otro lugar.

El proceso de aprendizaje se desarrolla a través de los **materiales especialmente diseñados para el estudio del curso** y del Campus Virtual de la UNED (agenda de trabajo, plan de actividades, tablón de anuncios, material audiovisual, tareas prácticas...), manteniendo en todo momento contacto (vía Web, e-mail, videoconferencia, foros de debate, atención telefónica e incluso de forma presencial) con el equipo docente.

Esta flexibilidad es posible gracias a la atención y **apoyo permanente de tutores y profesores**, que le guían de un modo totalmente personalizado a través de todo el proceso formativo hacia la consecución de los objetivos del curso, eliminando así el sentimiento de aislamiento con el que suele relacionarse la formación a distancia. Además de los Trabajos Prácticos y las Pruebas de Evaluación, el equipo docente preparará una serie de Pruebas de Autoevaluación que permitirán a los estudiantes evaluar por sí mismos la correcta adquisición de conocimientos y competencias asociadas al curso.

Los conceptos se trabajan desde el punto de vista teórico y **fundamentalmente práctico**. No existen actividades presenciales obligatorias. La evaluación de los estudiantes se realizará basándose en la realización de las Tareas y Pruebas de Evaluación Continua (estudio continuado a lo largo del curso), los Trabajos Prácticos por Unidad Didáctica y el Trabajo Final de Curso.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material en Plataforma Virtual

Todos los contenidos del curso se cubrirán con el **Material en Formato Electrónico especialmente desarrollado y actualizado en cada edición** por el Equipo Docente del curso. Este material se pondrá a disposición de los estudiantes a través del Campus Virtual de la UNED.

También se pondrán a disposición de los estudiantes **otros Materiales de Apoyo en Formato Electrónico** (audios, vídeos, imágenes, fotografías, reseñas de páginas web y otros ficheros en formato multimedia).

El resto del Material Didáctico propio del curso que el estudiante necesite (materiales específicos, Pruebas de Autoevaluación, Pruebas de Evaluación Continua, Guías para la realización de las Tareas y Trabajos Prácticos, orientaciones para el estudio, etc.) estará, así mismo, disponible en la Plataforma Virtual del curso para que, a modo de una **Biblioteca Virtual**, el propio estudiante pueda ir cogiéndolo directamente con ayuda de su **Ordenador Personal, Smartphone o**

Tablet, según lo vaya necesitando a lo largo del periodo de docencia del curso. De la misma manera, el Campus Virtual también se utilizará para recibir las consultas, las Tareas, las Pruebas de Evaluación Continua y los Trabajos Prácticos realizadas por los alumnos, así como las correcciones por enviadas por parte de los profesores (distribución electrónica de material).

Para interactuar con la Plataforma Virtual del curso el estudiante únicamente deberá disponer de un Ordenador Personal, Tablet o Smartphone, así como acceso a Internet. La **cuenta de correo electrónico** se la proporcionará la propia Universidad en el momento de realizar la inscripción al curso.

4.1.2 Material editado y de venta al público en librerías y Librerías virtuales

Community Manager con IA

Autores Hinostrza Espinoza, Frankie Alex

Editorial Independently published

Edición 2025

Precio aproximado 9€

ISBN 9798309015160

Curso de community manager. Descubre cómo gestionar las redes sociales de forma profesional

Autores Florido, Miguel Ángel; Máñez, Rubén

Editorial Anaya

Edición 2023

Precio aproximado 24.95€

ISBN 9788441546363

La guía Moderna de Marketing y Comunicación en Redes Sociales

Autores Mejía Llano, Juan Carlos

Editorial Independently published

Edición 2024

Precio aproximado 26€

ISBN 9798328542920

Puede adquirir dichos materiales a través de la [Librería Virtual de la UNED](#).

4.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

4.2.1 Material editado y de venta al público

La guía avanzada del community manager

Autores Mejía Llano, Juan Carlos

Editorial Anaya

Edición 2015

Precio aproximado 24€

ISBN 9788441536661

Quiero ser community manager. 10 profesionales y 5 compañías analizan una nueva realidad

Autores Martínez-Priego, Chema

Editorial Esic Editorial

Edición 2012

Precio aproximado 17€

ISBN 9788473568319

Social media. Herramientas y estrategias empresariales (A)*

Autores Dotras, Alberto

Editorial Ra-ma

Edición 2016

Precio aproximado 24€

ISBN 9788499646251

Puede adquirir dichos materiales a través de la [Librería Virtual de la UNED](#).

4.2.2 Otros Materiales

MARKETING EN REDES SOCIALES 2025: Consejos, ideas y estrategias clave para impulsar la participación y escalar su presencia digital

RAYMOND CHASEY

AÑO DE EDICIÓN: 2024

Nº PÁGINAS: 144

ISBN: 979-8303362994

EDITORIAL: Independently Published

PRECIO APROXIMADO: 8,25€

VERSIÓN KINDLE: 3,79€

MARKETING DIGITAL: Estrategias avanzadas con Inteligencia Artificial

MARISA TORMO NAVARRO

AÑO DE EDICIÓN: 2024

Nº PÁGINAS: 240

ISBN: 978-8412782523

EDITORIAL: RC Libros

PRECIO APROXIMADO: 19€

EL GRAN LIBRO DE LOS NEGOCIOS ONLINE: Todo lo que necesitas saber y hacer para idear, desarrollar y comercializar tu negocio Online

BAIXAS CALAFELL, MIQUEL

AÑO DE EDICIÓN: 2020

Nº PÁGINAS: 288

ISBN: 978-8423431274

EDITORIAL: Planeta

PRECIO APROXIMADO: 22,75 €

VISIBILIDAD ONLINE: Inmortaliza tu Marca (Social Media)

AYALA, DAVID

AÑO DE EDICIÓN: 2020

Nº PÁGINAS: 296

ISBN: 978-8441542402

EDITORIAL: Anaya Multimedia

PRECIO APROXIMADO: 20 €

VERSIÓN KINDLE: 5,45 €

5. Atención al estudiante

La atención al estudiante se realizará a través de la **Plataforma Virtual ALF**, diseñada por la UNED para la enseñanza de sus estudios reglados. El alumno accede al Campus Virtual de la Universidad a través de Internet y a partir de ahí puede realizar distintas actividades de tipo formativo, contactar con sus profesores y compañeros, además de participar en una Tutoría Telemática.

Las consultas a través del **correo electrónico** se pueden dirigir tanto a los profesores en la dirección profesor-cm@ieec.uned.es, como a la directora del curso a través de clarapm@ieec.uned.es. Por otro lado, es posible **contactar telefónicamente** con los profesores en el número 913 987 746, preferiblemente en horario de mañana, de 9h a 14 h o los miércoles de 15h a 19 h, aunque

cuando sea necesario, los profesores se adaptarán a otras franjas horarias. También con la secretaria administrativa en horario de mañana en el número 913 987 721. Los números de teléfono del curso cuentan con buzón de voz todo el día, lo que permite atender cualquier tema urgente que le puede surgir a un alumno. Además, para casos en los que así lo prefiera el estudiante, existe la posibilidad de realizar **videoconferencias** con los estudiantes o **visitas presenciales** a la sede central de la UNED en Madrid.

Adicionalmente, la UNED proporciona un **Soporte Informático a los estudiantes** para resolver cualquier duda o consulta relacionada con el servicio de Campus Virtual de la Universidad. El servicio se presta en horario de lunes a viernes de 9:00 a 20:00h (excepto festivos nacionales) en el teléfono 913 988 801, o bien a través de la dirección de correo electrónico buzonestudiantes@csi.uned.es.

El equipo docente del curso puede proponer la realización de **actividades presenciales totalmente voluntarias** como charlas o videoconferencias de expertos en la materia del curso con formato de seminario y foro de discusión abierto, en cuyo caso, también se habilitará la asistencia online a las mismas.

Correos electrónicos del curso:

profesor-cm@ieec.uned.es

clarapm@ieec.uned.es

Teléfono:

913 987 746

6. Criterios de evaluación y calificación

Teniendo en cuenta la metodología propuesta para el curso y el número de estudiantes por profesor, se llevará a cabo un proceso de **evaluación continua**, atendiendo y ponderando en cada caso el **trabajo del alumno** según la siguiente distribución:

- Tareas, Pruebas de Evaluación Continua y Trabajos Prácticos: representan aproximadamente un 70% de la nota final.
- Trabajo Fin de Curso (se fijará de forma individualizada entre el estudiante y uno de los profesores del curso): representa aproximadamente un 30% de la nota final.
- Las consultas y participación en la Tutoría Telemática también podrán ser tenidas en cuenta para mejorar la nota final.

7. Duración y dedicación

El periodo docente del curso se extenderá desde comienzos de **diciembre de 2026** hasta mediados de **junio de 2027**.

El curso tiene reconocidos **20 créditos ECTS**, equivalentes a **500 horas de formación del estudiante**. Para sacarlo adelante, se recomienda una dedicación semanal media comprendida entre las 15 y 20 horas de estudio, con algún esfuerzo adicional en la época de realización de las Pruebas de Evaluación Continua, los Trabajos Prácticos y el Trabajo Final.

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

PEREZ MOLINA, CLARA MARIA

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

MARTIN GUTIERREZ, SERGIO

Colaborador - UNED

OLIVA ALONSO, NURIA

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

LOSADA DE DIOS, PABLO

Colaborador - Externo

SEDANO FLORES, CARLOS ENRIQUE

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 860,00 €.

Precio del material: 390,00 €.

10. Descuentos

10.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en [este enlace](#).

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

10.2 Incentivos

Son Ayudas que se concederán a propuesta voluntaria de los directores de los cursos, que son los que más conocen a su alumnado, y se detraerán del crédito disponible para el curso.

Su concesión no anula el porcentaje de los ingresos de matrícula que se destina a ayudas al estudio en esta actividad.

En todo caso, el porcentaje que se va a incentivar será exclusivamente el que corresponda al precio de matrícula (en

ningún caso al precio del material necesario para el seguimiento del curso).

Los incentivos a la matrícula aprobados para este curso académico son los siguientes:

- Antiguos alumnos de la UNED vinculados con el Programa o Área de Conocimiento: Ciencias, Ingeniería y Arquitectura. Derecho, Economía y Gestión Empresarial. Psicología y humanidades.

Descuento aplicado: 10%.

11. Matriculación

Del 7 de septiembre de 2026 al 15 de enero de 2027.

Información de matrícula:

Fundación UNED

C/ Guzmán el Bueno, 133 - Edificio Germania, 9ª planta

28003 - Madrid

Teléfonos: +34 913867275 / 1592

Correo electrónico: predondo@fundacion.uned.es

<http://www.fundacion.uned.es>

Atención general: secretaria@fundacion.uned.es

Atención al estudiante: atencion_estudiante@fundacion.uned.es

12. Responsable administrativo

Negociado de Títulos Propios.