

Datos básicos

Número de créditos: 60,00 ECTS

Preinscripción: A partir del 01/10/2019

Matrícula: A partir del 02/12/2019

Impartición: Del 01/02/2020 al 01/11/2020

Precio (euros): 1.894,00 (tasas incluidas)

Pago fraccionado: Sí

Modalidad: A distancia

Plataforma virtual: Plataforma Virtual US

Procedimientos de Evaluación: Pruebas, Trabajos, Asistencia virtual

Dirección

Unidad Organizadora:

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Director de los estudios:

D. Juan Rey Fuentes

Requisitos

- Titulados universitarios y profesionales titulados universitarios con experiencia acreditada.
- Quienes estén en posesión de un Título oficial de Graduado.
- Quienes estén en posesión de un Título oficial universitario expedido conforme a anteriores ordenaciones.
- Asimismo, podrán acceder los titulados universitarios conforme a sistemas educativos extranjeros sin necesidad de la homologación de sus títulos, siempre que acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y cuyos títulos que faculden en el país correspondiente para el acceso a enseñanzas de posgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el/la interesado/a, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar dichas enseñanzas propias.
- En cualquier caso, tendrán preferencia de acceso los alumnos de cualquiera de los Grados impartidos en la Facultad de Comunicación.

Objetivos

Objetivo general:

- Saber planificar y gestionar la comunicación de una organización.

Objetivos específicos:

1. Elaborar el plan integral de comunicación de una organización.
2. Suministrar un esquema de trabajo que permita abordar de manera racional el proceso de puesta en marcha de un plan de comunicación.
3. Aportar las claves para una dirección eficaz y eficiente de la comunicación en las organizaciones.
4. Ofrecer a los futuros profesionales de la comunicación una visión integradora de la organización.
5. Estimular la adquisición de habilidades necesarias para el desempeño profesional: trabajo en equipo, esfuerzo investigador, capacidad e comunicación, espíritu crítico.
6. Dominar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
7. Fomentar entre el alumnado el espíritu emprendedor como fórmula de inserción profesional.

Competencias Generales

Competencias básicas

- G01. Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organizacionales laborales de la comunicación institucional, empresarial y social.
- G04. Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.
- G10. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña de comunicación.
- G08. Fomentar el espíritu emprendedor.
- G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz. Que debe ser adscrita, al menos, al módulo de prácticas y trabajo de trabajo fin de grado y en todo caso a las asignaturas que contemplen contenidos de igualdad de género y/o derechos humanos, caso de que estén presentes en el plan de estudios.

Máster Propio 2019-2020

■ Gestión de la Comunicación Organizacional (A distancia - II edición)



Información

Teléfonos: 954 48 74 62

Email: joaquinsl@us.es



Competencias específicas

- E13. Conocer las estructuras de las organizaciones, como son las ONG, partidos políticos, sindicatos, organizaciones sociales, etc.
- E19. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación. Conocimiento y análisis teórico de diferentes fenómenos comunicativos, con especial atención a sus relaciones con la comunicación empresarial.
- E26. Dominio de la gestión de la comunicación con los públicos.
- E27. Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la comunicación de una organización. Saber gestionar y mejorar la comunicación interna y externa de grandes, medianas y pequeñas organizaciones con el fin de obtener una mayor eficacia en sus objetivos y resultados.
- E28. Dominio de la gestión de la comunicación financiera.
- E41. Conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a los medios de comunicación, la empresa publicitaria y la empresa de relaciones públicas.
- E42. Capacidad para gestionar los públicos de las organizaciones y sus características.
- E48. Saber cómo relacionarse con los medios de comunicación para un mejor rendimiento.
- E49. Capacidad y habilidad para conseguir financiación mediante estrategias de comunicación

Comisión Académica

- D. Juan Rey Fuentes. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Manuel Garrido Lora. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing
- D. Víctor Hernández de Santaolalla Aguilar. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad

Profesorado

- D^a. Eva Arana Benítez. - Hospital Virgen del Rocío
- D. Juan Jesús Aranda Jiménez. - Letra B, Comunicación Visual, S.L.
- D. Esteban Manuel Careros Reguero. - Hojiblanca
- D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing
- D. Valentín Escribano Medina. - Secuencia Producciones Audiovisuales
- D. Raúl Esteban Martín. - Talento Consultores
- D. Manuel Garrido Lora. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Víctor Hernández de Santaolalla Aguilar. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Adrián Huici Módenes. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Rubén Jiménez Gómez. - Ápice. Asociación Andaluza de Epilepsia
- D. Antonio Macarro Tomillo. Universidad de Cádiz - Marketing y Comunicación
- D. Francisco Javier Martín Collado. - Aula de Videojuegos
- D. José Antonio Navarro Moreno. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Antonio Pineda Cachero. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D^a. Marina Ramos Serrano. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Juan Rey Fuentes. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. David Selva Ruiz. Universidad de Cádiz - Departamento
- D^a. Silvia Sivera Bello. Oberta de Cataluña - Comunicación
- D^a. Isabel Solanas García. UOC, ESIC, IED - Publicidad
- D. Miguel Ángel Vázquez Bermúdez. - PSOE Andalucía

Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. El director de comunicación: formación, perfil y funciones

Número de créditos: 6,00 ECTS

Contenido: En un mundo dominado por las TIC, las empresas, si quieren alcanzar sus objetivos, deben saber gestionar la comunicación con los diversos agentes sociales con los que se relacionan. Sus públicos son diversos y, en consecuencia, diversas han de ser sus estrategias. Al igual que el director de orquesta, el director de comunicación es el encargado de coordinar, planificar e implementar dicha comunicación. La misión de este módulo es proporcionar al alumnado un panorama completo de su formación, su perfil y sus funciones.

Fechas de inicio-fin: 01/02/2020 - 21/02/2020

Módulo/Asignatura 2. Preparación, ejecución y seguimiento del plan de comunicación

Número de créditos: 6,00 ECTS

Contenido: El plan de comunicación es el documento en el que se plasman las estrategias a seguir por la organización para lograr sus objetivos de comunicación. En este módulo se instruye al alumnado en la elaboración de un plan de comunicación: sus partes, sus objetivos, sus condicionantes, su estilo de redacción y pautas de presentación; y así mismo en su seguimiento y control.

Fechas de inicio-fin: 22/02/2020 - 14/03/2020

Módulo/Asignatura 3. Las tecnologías y la comunicación organizacional

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: La tecnología está en la base del progreso de una civilización. En la actualidad, la tecnología de la comunicación se ha complejizado hasta el punto de no poder concebirse la comunicación al margen de las nuevas tecnologías. El objetivo de este módulo es doble: mostrar a los alumnos las últimas tecnologías en el ámbito de comunicación y, al mismo tiempo, enseñarles a utilizarlas en aras de una comunicación eficaz.

Fechas de inicio-fin: 15/03/2020 - 28/03/2020

Módulo/Asignatura 4. La investigación como fundamento de la comunicación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: Hoy es necesario perfilar cada vez con mayor precisión las acciones comunicativas. Para ello resulta imprescindible un conocimiento exhaustivo del público al que se dirige cada comunicación. El objetivo de este módulo es proporcionar al alumnado una visión amplia de la investigación aplicada a la comunicación organizacional y una formación básica en los métodos y técnicas de investigación comercial y social.

Fechas de inicio-fin: 29/03/2020 - 11/04/2020

Módulo/Asignatura 5. La creatividad como herramienta de la comunicación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: La creatividad ha de entenderse no como un valor formal sino como una forma de actuar, como la capacidad de generar estrategias diversas, distintas, novedosas, para alcanzar los objetivos previstos. Este módulo recoge contenidos teóricos y prácticos de la creatividad aplicada a las estrategias comunicativas. En él se analizan la superditiación de los conceptos creativos a los objetivos estratégicos de las empresas.

Fechas de inicio-fin: 12/04/2020 - 25/04/2020

Módulo/Asignatura 6. Diseño y análisis de estrategias de comunicación organizacional

Número de créditos: 5,00 ECTS

Contenido: La estrategia, en términos militares, es el conjunto de acciones encaminadas a alcanzar una meta. El objetivo de este módulo es proporcionar al alumnado los conocimientos necesarios para establecer una estrategia de comunicación eficaz, una estrategia que, siendo adecuada al objetivo y al entorno de la organización, la haga prevalecer sobre la competencia. Sin estrategia es imposible alcanzar el objetivo.

Fechas de inicio-fin: 26/04/2020 - 16/05/2020

Módulo/Asignatura 7. La identidad visual de las organizaciones

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: Dada la preponderancia alcanzada por la imagen en las sociedades modernas, los aspectos formales de una organización son esenciales a la hora tanto de comunicarse como de diferenciarse de la competencia. El objetivo de este módulo es mostrar al alumnado, por un lado, los diferentes mecanismos de creación de la identidad visual de una organización y, por otro, la importancia que esta adquiere en el ámbito de la identificación.

Fechas de inicio-fin: 17/05/2020 - 30/05/2020

Módulo/Asignatura 8. La planificación de la comunicación en las organizaciones

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: Un aspecto fundamental en la comunicación organización es la planificación. El objetivo de este módulo es mostrar a los alumnos la necesidad de planificar la comunicación y los diferentes modos de planificación. El director de comunicación, si quiere lograr los objetivos empresariales propuestos, debe saber cómo hacer llegar la comunicación al público deseado mediante los medios adecuados.

Fechas de inicio-fin: 31/05/2020 - 13/06/2020

Módulo/Asignatura 9. Las organizaciones y su entorno: la Responsabilidad Social Corporativa

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: Una empresa no es solo lo que piensan sus directivos, sino también lo que opinan sus todos sus públicos. El objetivo de este módulo es mostrar al alumnado cómo las organizaciones deben buscar el reconocimiento de los diversos agentes sociales con los que se relaciona al objeto de granjearse su consideración. El director de comunicación debe estar atento a la opinión de los diversos agentes sociales con el fin de que su corporación alcance la mayor y mejor reputación entre sus distintos públicos.

Fechas de inicio-fin: 14/06/2020 - 27/06/2020

Módulo/Asignatura 10. Una comunicación específica: la comunicación política

Número de créditos: 3,00 ECTS

Contenido: El director de comunicación actúa en varios campos. Uno de ellos es la comunicación política, que cada día adquiere mayor relevancia en las sociedades democráticas. Las técnicas aplicables son las mismas en todos los terrenos, pero los objetivos difieren según los ámbitos: no tiene la misma incidencia social la elección de una marca que la de un partido. Y este es el objetivo de este módulo: mostrar al alumnado la especificidad de la comunicación política.

Fechas de inicio-fin: 28/06/2020 - 09/07/2020

Módulo/Asignatura 11. Habilidades de comunicación oral y escrita

Número de créditos: 3,00 ECTS

Contenido: Saber hablar en público de manera correcta, coherente y convincente, hacer la presentación de una campaña o redactar un documento empresarial, son actividades que debe saber llevar a cabo toda persona que se dedica a la comunicación. En este módulo se proporciona al alumnado un conjunto de recursos y técnicas para que sus intervenciones en público y sus presentaciones empresariales sean convincentes y sobre todo eficaces.

Fechas de inicio-fin: 10/07/2020 - 18/07/2020

Módulo/Asignatura 12. Creando empresas de comunicación

Número de créditos: 3,00 ECTS

Contenido: En ocasiones muchas empresas recurren a agencias o gabinetes de comunicación para que les gestionen la comunicación. En otras, son los propios egresados los que deciden emprender la creación de su propia empresa de comunicación. En este módulo se instruye al alumnado en los pasos a seguir a la hora de crear una empresa de comunicación: los aspectos legales, los trámites burocráticos, las cuestiones laborales, etc.

Fechas de inicio-fin: 19/07/2020 - 30/07/2020

Módulo/Asignatura 13. Trabajo Fin de Máster

Número de créditos: 10,00 ECTS

Contenido: El trabajo final de máster consiste en la ejecución del plan de comunicación de una organización. Es el compendio de todo el máster, pues, en dicho trabajo el alumnado debe manifestar y relacionar todos los conocimientos adquiridos a lo largo del curso. Dicho trabajo será realizado bajo la supervisión de un tutor y será evaluado por un tribunal constituido por miembros del máster.

Fechas de inicio-fin: 01/09/2020 - 30/10/2020