

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL (X EDICIÓN)

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2016 - 2017
	Nombre del Curso	Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (X Edición)
	Tipo de Curso	Máster Propio
	Número de créditos	60,00 ECTS
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad
	Director de los estudios	D Juan Rey Fuentes
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	<p>Titulados universitarios y profesionales titulados universitarios con experiencia acreditada.</p> <p>Quienes estén en posesión de un Título oficial de Graduado.</p> <p>Quienes estén en posesión de un Título oficial universitario expedido conforme a anteriores ordenaciones.</p> <p>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 faculten 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.</p> <p>En cualquier caso, tendrán preferencia de acceso los alumnos de cualquiera de los Grados impartidos en la Facultad de Comunicación.</p>
	Requisitos académicos para la obtención del Título o Diploma	La asistencia a clases, la superación de las evaluaciones y la ejecución satisfactoria y defensa pública del TFM, que será el plan de comunicación de una empresa/institución.
	Criterios de selección de alumnos	

Preinscripción	Fecha de inicio	01/09/2016
	Fecha de fin	20/10/2016
Datos de Matriculación	Fecha de inicio	01/10/2016
	Fecha de fin	20/10/2016
	Precio (euros)	3.691,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	Sí
Impartición	Fecha de inicio	10/11/2016
	Fecha de fin	31/10/2017
	Modalidad	Presencial
	Idioma impartición	Español
	Lugar de impartición	
	Prácticas en empresa/institución	Sí
Información	Teléfono	954487462
	Web	www.masterdcei.es
	Facebook	
	Twitter	
	Email	joaquinsl@us.es

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL (X EDICIÓN)

Objetivos del Curso

1. Completar la formación de los universitarios desde una perspectiva profesional.
2. Completar la formación de los profesionales desde una perspectiva universitaria.
3. Adecuar los conocimientos de los universitarios al mundo laboral.
4. Actualizar los conocimientos de los profesionales.
5. Potenciar el encuentro Universidad-Empresa.

Competencias Generales

La especialización en el ámbito de la comunicación para los titulados universitarios (publicistas, periodistas, economistas, abogados, psicólogos, sociólogos...)

La actualización para los profesionales del sector de la comunicación.

Procedimientos de Evaluación

Asistencia, Pruebas, Trabajos

Comisión Académica

- D. Antonio Macarro Tomillo. Otra universidad (Universidad de Cádiz) - Marketing y Comunicación
- D. Antonio Pineda Cachero. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. David Selva Ruiz. Otra universidad (Cádiz) - Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura - CADIZ

- D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. José Antonio Navarro Moreno. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Juan Rey Fuentes. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Manuel Garrido Lora. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Víctor Hernández de Santaolalla Aguilar. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad

Profesorado

- D. David Acosta Riego. - Superagencia86. Agencia de publicidad y diseño
- D^a. Eva Arana Benítez. - Hospital Virgen del Rocío
- D. Juan Jesús Aranda Jiménez. - Letra B, Comunicación Visual, S.L.
- D. Francisco Javier Aroca Alonso. - Centro de Estudios Andaluces
- D. Juan Benavides Delgado. Complutense de Madrid- Comunicación Audiovisual y Publicidad I
- D. José Berenguel Fernández. Cádiz- Economía de la Empresa
- D. Francisco Javier Blanco Rodríguez. - Consejo Audiovisual de Andalucía
- D^a. Ester Boquera Diago. - Dirección de Comunicación del Gobierno de la Generalitat de Cataluña
- D. David Borralló Rodríguez. - DBorralló Comunicación
- D. José Candón Mena. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Esteban Manuel Carneros Reguero. - Hojiblanca
- D^a. Lucía Caro Castaño. Cádiz- Marketing y Comunicación

- D^a. Irene Caro García. - Grupo Cabezas Romero
D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D^a. Alicia Casado García. - Seis60
D. Antonio Castillo Esparcia. Universidad de Málaga- Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. Olmo Castrillo Cano. - Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura
D^a. Antonia De Miguel López. - Locución y Doblaje
D. Raúl Esteban Martín. - TALENTO Consultores
D. Emek Filogullari Benítez. - Filogullari Video Production & Animation
D. Francisco Javier García García. - Helvetia Seguros
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^a. Rocío Herrera Sánchez. - Goodcompany
D. Adrián Huici Módenes. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
D^a. Gloria Jiménez Marín. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. Antonio López Romero. - ADIF
D. Javier Lozano Delmar. Universidad Loyola de Andalucía- Comunicación y educación
D. Antonio Lozano Díaz. - PUBLIESPAÑA
D^a. Nuria Lupiáñez García. - EDERE Comunicación y Servicios
D. Antonio Macarro Tomillo. Universidad de Cádiz- Marketing y Comunicación
D. Alejandro Luis Marchena Blanco. - Pantoja Grupo Logístico
D. Francisco Javier Martín Collado. - Aula de Videojuegos
D^a. María Jesús Moreno Montilla. - ATREVIA
D. José Antonio Navarro Moreno. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. Evaristo Nogales Castilla. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Carlos Ojeda Sánchez. - Junta de Andalucía-Dirección General de Museos
D^a. Delia Pascual Salvador. - Openroom, S.L.
D. Juan Antonio Pavón Losada. - Euronautas
D. José Carlos Picchi Perelló. - Parlamento de Andalucía
D. Antonio Pineda Cachero. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. Carlos Ramírez Moreno. - Agaporni Games
D^a. Marina Ramos Serrano. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. Juan Rey Fuentes. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. Carlos Javier Rodríguez Rad. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Isabel María Ruiz Mora. Málaga- Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. William Nicholas Sánchez Decicco. - IUVENTUS TV
D. David Selva Ruiz. Cádiz- Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura - CADIZ
D^a. Silvia Sivera Bello. Oberta de Cataluña- Comunicación Audiovisual y Publicidad
D^a. Belén Torres Vela. - CANAL SUR TV
D. Miguel Ángel Vázquez Bermúdez. - PSOE Andalucía

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. El Plan de Comunicación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: El plan de comunicación es una poderosa y eficaz herramienta para gestionar la comunicación de una empresa. Este módulo pretende acercar al alumnado los problemas que giran en torno a la gestión de la comunicación empresarial. En él se engloba la correcta dirección y organización, tanto a nivel material como humano, de los departamentos o gabinetes de comunicación. Quien no conoce no sabe organizar y quien no organiza no gestiona. Es indispensable conocer el entorno social para gestionar adecuadamente una empresa.

Fechas de inicio-fin: 10/11/2016 - 10/12/2016

Horario: Jueves, Viernes, Sábado
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 2. Creando Empresas de Comunicación

Número de créditos: 2,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: La Universidad es una institución que adquiere su pleno sentido cuando se relaciona con la sociedad. Más exactamente: cuando le devuelve a la sociedad parte del caudal que esta le entregó. El alumnado sale capacitado para trabajar en el ámbito de la comunicación. Pero adolece de formación empresarial. Por ello, resulta indispensable proporcionarle los conocimientos necesarios para que, una vez concluidos sus estudios superiores, pueda emprender un nuevo camino: el de la empresa. Así se cierra así el círculo sociedad-Universidad.

Fechas de inicio-fin: 15/12/2016 - 23/12/2016

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 3. Investigación y Planificación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Hoy es necesario perfilar cada vez con mayor precisión las acciones comunicativas. Para ello resulta imprescindible un conocimiento exhaustivo del entorno. El objetivo de este módulo es proporcionar al alumnado una visión amplia de la investigación aplicada a la comunicación empresarial e institucional y una formación básica en los métodos y técnicas para analizar los soportes y productos comunicativos. Antes de actuar es necesario conocer. Para conocer es indispensable investigar. No hay estrategia sin investigación. No existe dirección sin planificación.

Fechas de inicio-fin: 12/01/2017 - 27/01/2017

Horario: Jueves, Viernes, Sábado
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 4. Las Funciones de DIRCOM

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Para desarrollar una comunicación eficaz, el DIRCOM debe dominar una serie de técnicas, término que significa arte y saber hacer. El objetivo de este módulo es doble. Por una parte, versa sobre diversos aspectos conceptuales generales del mundo de la comunicación relacionados con la dirección. Y por otra, sobre contenidos específicos vinculados al saber hacer, al saber gestionar la comunicación. Todos ellos son de sumo interés de cara a la realidad cotidiana de las empresas o departamentos de comunicación.

Fechas de inicio-fin: 28/01/2017 - 23/02/2017

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 5. Comunicación Política

Número de créditos: 2,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: El director de comunicación ejerce en varios campos. Uno de ellos es la política, que cada día adquiere más relevancia. Las técnicas aplicables son las mismas en todos los terrenos. Pero los objetivos difieren según los ámbitos. No es lo mismo promocionar un automóvil que solicitar un voto. Pues no tiene la misma incidencia social la elección de una marca que la de un partido. Y todo esto debe saberlo y calcularlo el director de comunicación de un organismo político.

Fechas de inicio-fin: 24/02/2017 - 04/03/2017

Horario: Jueves, Viernes, Sábado
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 6. Estrategias de Comunicación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: El director de comunicación es un estratega, término que, en griego, significa el que dirige las operaciones necesarias para alcanzar la victoria. El objetivo de este módulo es proporcionar al alumnado los conocimientos necesarios para establecer una comunicación eficaz, una comunicación que, siendo adecuada al objetivo y al entorno de la empresa o institución, le haga prevalecer sobre la competencia. Todo fin supone una estrategia. Sin estrategia es imposible alcanzar el objetivo. La estrategia implica habilidad, desenvoltura, tino, destreza, arte, capacidad, diplomacia.

Fechas de inicio-fin: 09/03/2017 - 30/03/2017

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 7. Creatividad Estratégica

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Toda empresa pretende alcanzar una imagen de marca sólida y perdurable. Por ello, la creatividad ha de entenderse no solo como un valor puramente formal, sino también como una estrategia global para alcanzar los objetivos previstos. Este módulo recoge contenidos teóricos y prácticos de la creatividad aplicada a las estrategias comunicativas. En él se analiza, por un lado, la estrategia de comunicación seleccionada por la empresa o administración pública y, por otro, el concepto creativo supeditado a ella para obtener unos resultados concretos.

Fechas de inicio-fin: 31/03/2017 - 28/04/2017

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 8. Reputación Corporativa

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Una empresa no es solo lo que piensan sus dirigentes. Sino también lo que opinan sus públicos. Por ello, las organizaciones empresariales deben buscar el reconocimiento, de forma particular, de cada uno de los diferentes agentes sociales con los que se relaciona y, de forma general, de toda la sociedad. El director de comunicación debe estar atento a la opinión de los diversos factores sociales con el fin de que su corporación alcance la mayor y mejor reputación entre ellos.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 04/05/2017 - 01/06/2017

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 9. Comunicación Corporativa y Nuevas Tecnologías

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En las sociedades complejas, una empresa no es solo lo que hace o lo que pretende ser. También es lo que sus públicos opinan o creen de ella. Las empresas tienen una identidad que se proyecta siguiendo unas pautas concretas, de manera que sus públicos les atribuyen unos valores que hacen de ellas entidades únicas. La identidad es la forma. Toda empresa tiene una identidad. Y una forma de expresarla. A todo parecer le corresponde un ser. Detrás de toda presencia hay una esencia.

Fechas de inicio-fin: 02/06/2017 - 15/06/2017

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 10. Comunicación Oral y Escrita

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Saber hablar en público de manera convincente, saber cerrar un acuerdo de manera favorable, o saber redactar un documento empresarial, son actividades que debe saber llevar a cabo toda persona que se dedica a la comunicación. El control de la interacción es fundamental en la comunicación empresarial. En este módulo se le proporciona al alumnado una batería de recursos, técnicas y estrategias para que sus negociaciones, sus intervenciones en público y sus presentaciones empresariales sean convincentes y sobre todo eficaces.

Fechas de inicio-fin: 16/06/2017 - 29/06/2017

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 11. Prácticas en Empresa/Institución

Número de créditos: 14,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Si el trabajo de fin de curso es el compendio de los conocimientos teóricos, las prácticas de formación complementaria son su aplicación práctica al mundo laboral. Y este es el objetivo del máster: proporcionarle al alumnado los conocimientos teóricos y prácticos suficientes para que puedan dirigir un departamento de comunicación de manera eficaz. Las prácticas se realizarán, una vez concluido el periodo lectivo, en las entidades públicas y privadas que tienen suscrito un Convenio con la Universidad de Sevilla.

Fechas de inicio-fin: 01/04/2017 - 31/10/2017

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de mañana

Módulo/Asignatura 12. Trabajo Fin de Máster

Número de créditos: 11,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: El Trabajo Final de Máster (TFM) consiste en la ejecución y defensa pública de un Plan de Comunicación de una empresa o institución. Es el compendio de todo el Máster, pues, en él el alumnado debe recoger, relacionar y expresar todos los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo del curso. Dicho trabajo será realizado en grupo y tutorizado por cada uno de los diferentes coordinadores del máster. Asimismo, deberá ser expuesto ante el tribunal constituido por el director y dos de los coordinadores-autores del Máster.

Fechas de inicio-fin: 01/06/2017 - 22/09/2017

Horario: