

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2017 - 2018
	Nombre del Curso	Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional
	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	

Datos de Matriculación

Precio (euros) 3.691,00 (tasas incluidas)

Pago fraccionado Sí

Impartición

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

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. 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 Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
- D. José Antonio Navarro Moreno. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Antonio Pineda Cachero. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
- D. Víctor Hernández de Santaolalla Aguilar. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad

- D. David Selva Ruiz. Otra universidad (Cádiz) - Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura - CADIZ

- D. Antonio Macarro Tomillo. Otra universidad (Universidad de Cádiz) - Marketing y Comunicación

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. 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. 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. José Luis Domínguez Libroero. XL Producciones TV- XL Producciones TV
D. Valentín Escribano Medina. - Secuencia Producciones Audiovisuales
D. Raúl Esteban Martín. - TALENTO Consultores
D^a. María del Mar García Gordillo. Universidad de Sevilla - Periodismo II
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. Fernando Infante del Rosal. Universidad de Sevilla - Estética e Historia de la Filosofía
D^a. Gloria Jiménez Marín. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
D. Antonio López Romero. - ADIF
D. Félix Lorente Herce. - Panorama
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. Francisco Javier Martín Collado. - Aula de Videojuegos
D. Luís Navarrete Cardero. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad
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. José Antonio Rom Rodríguez. Ramón Llull- Publicidad y RR.PP.
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. Isabel Solanas García. Ramon Llull- Publicidad
D^a. Belén Torres Vela. - CANAL SUR TV
D. Miguel Ángel Vázquez Bermúdez. - PSOE Andalucía

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. El Director de Comunicación: Formación, Perfil y Funciones

Número de créditos: 5,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Para desarrollar una comunicación eficaz, el director de comunicación debe tener conocimiento de una serie de conceptos y dominar una serie de técnicas. El objetivo de este módulo es doble: por una parte, aproximar al alumnado a los principales conceptos de la dirección de comunicación y, por otra, abordar contenidos relativos a la figura del director de comunicación tales como su formación y sus funciones.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 09/11/2017 - 01/12/2017

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 2. Preparación, Ejecución y Seguimiento del Plan de Comunicación

Número de créditos: 5,00 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 desarrollan cuestiones relativas a la elaboración, redacción y control de un plan de comunicación que todo director de comunicación debe conocer.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 07/12/2017 - 12/01/2018

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 3. Las Tecnologías y la Comunicación Organizacional

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

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 enseñarles a utilizarlas en aras de una comunicación eficaz.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 18/01/2018 - 02/02/2018

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 4. La Investigación como Fundamento de la Comunicación

Número de créditos: 3,00 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 público al que se dirige la 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.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 08/02/2018 - 23/02/2018

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 5. La Creatividad como Herramienta de la Comunicación

Número de créditos: 3,00 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: 01/03/2018 - 16/03/2018

Horario: Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 6. Diseño y Análisis de Estrategias de Comunicación Organizacional

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

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 empresa, le haga prevalecer sobre la competencia. Sin estrategia es imposible alcanzar el objetivo.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 22/03/2018 - 06/04/2018

Horario: Jueves, Viernes

En horario de tarde

Módulo/Asignatura 7. La Identidad Visual de las Organizaciones

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Dada la preponderancia alcanzada por la imagen en las sociedades modernas, los aspectos formales de una organización son básicos 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: 12/04/2018 - 04/05/2018

Horario: Jueves, Viernes

En horario de tarde

Módulo/Asignatura 8. La Planificación de la Comunicación en las Organizaciones

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

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: 10/05/2018 - 18/05/2018

Horario: Jueves, Viernes

En horario de tarde

Módulo/Asignatura 9. Las Organizaciones y su Entorno: la Responsabilidad Social Corporativa

Número de créditos: 3,00 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.

Fechas de inicio-fin: 23/05/2018 - 30/05/2018

Horario: Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 10. Una Comunicación Específica: la Comunicación Política

Número de créditos: 3,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

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: 31/05/2018 - 07/06/2018

Horario: Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 11. Habilidades de 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.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 08/06/2018 - 15/06/2018

Horario: Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 12. Creando Empresas de Comunicación

Número de créditos: 3,00 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.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 19/06/2018 - 22/06/2018

Horario: Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 13. Trabajo Fin de Máster

Número de créditos: 10,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: El trabajo final de máster consiste en la ejecución y defensa pública de un Plan de Comunicación de una organización. Es el compendio de todo el máster, pues, en él el alumnado debe relacionar y expresar todos los conocimientos adquiridos a lo largo del curso. Dicho trabajo será realizado en grupo bajo la supervisión de un tutor. Asimismo, deberá ser expuesto ante el tribunal constituido por el director y dos miembros de la comisión académica del máster.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 01/06/2018 - 28/09/2018

Horario:

Módulo/Asignatura 14. Prácticas en Empresa/Institución

Número de créditos: 10,00 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: proporcionar 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.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 01/04/2018 - 31/10/2018

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

