



MÁSTER PROPIO

CÓDIGO
2525

MÁSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA ECONOMÍA DIGITAL

60 ECTS

Semipresencial, de 17 de septiembre de 2021 a 1 de abril de 2022.

DIRECCIÓN

Dra. Ana Casado Molina. Universidad de Málaga.

Dr. Ángel Losada Vázquez. Universidad Pontificia de Salamanca.

SEDE SANTA MARÍA DE LA RÁBIDA.
Palos de Frontera. Huelva



@ UNIVACV UNIAuniversidad

#UNIACV

WEB AMIGABLE

<https://www.unia.es/comunicacion.economia.digital>

PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

La digitalización de la economía en el contexto de la Sociedad del Conocimiento supone una transformación de las formas de conducta social y organizativa mucho más profunda que la implantación de nuevos sistemas y procesos tecnológicos, ya que provoca un **cambio radical en la forma de entender y de gestionar la estrategia, el liderazgo y las relaciones.**

Por eso la Comunicación Corporativa encuentra en este momento nuevas oportunidades para desempeñar el rol estratégico que se le reconoce a nivel teórico desde hace más de tres décadas y que, sin embargo, hasta la fecha solo ha podido desempeñar de forma excepcional y generalmente limitada.

La mayoría de los profesionales con una cierta experiencia en el ámbito de la Comunicación Corporativa son conscientes de las oportunidades que se presentan para optimizar su rol estratégico, pero el sector reconoce también la necesidad de clarificar no solo cuáles son las técnicas, los nuevos procesos y las nuevas habilidades que resultan necesarias, sino sobre todo la necesidad de **definir modelos de trabajo que sistematicen el conjunto de acciones de auditoría, planificación y actualización que resultan necesarias para integrar la comunicación en los nuevos modelos gerenciales dinámicos.**

En lo que se refiere especialmente en este último objetivo, y en coherencia con los nuevos modelos de aprendizaje, el programa del MCEED apuesta por una formación eminentemente práctica para potenciar la integración del conocimiento académico y el que resulta de la experiencia profesional en un programa formativo que sin duda ha de tener

también resultados desde el punto de vista de la innovación en el sector y el desarrollo social.

• COMPETENCIAS

Competencias básicas o generales

- Capacidad de implicación en procesos de análisis y síntesis para la gestión del conocimiento.
- Capacidad para el desarrollo de proyectos en un espacio cultural complejo.
- Capacidad para la evaluación de resultados en el desempeño propio y de los demás.
- Gestión de la presión en entornos laborales.

Competencias específicas

- Entender el papel de la comunicación en la gestión estratégica y su relación con las funciones gerenciales básicas de planificación, organización y control.
- Diseño y ejecución de planes de comunicación a partir de los resultados del análisis estratégico de las relaciones con los grupos de interés.
- Diseño de indicadores para medir la rentabilidad de las acciones de comunicación en el corto, medio y largo plazo.
- Aplicar las técnicas de entrenamiento necesarias en la ejecución de campañas de comunicación pública.
- Prestación de servicios externos de comunicación complementarios con las responsabilidades del equipo directivo y de los profesionales de la comunicación corporativa.

REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Número de plazas ofertadas: máximo 25, mínimo 15.

Profesionales e interesados en los ámbitos de la Comunicación Corporativa, Comunicación y

Dirección Estratégicas, Competencias Digitales y/o Habilidades Sociales.

Criterios de admisión:

Serán criterios de admisión los siguientes ítems:

a) Perfil y trayectoria formativa (30%)

Aunque no se establecen requisitos formativos previos, se dará la máxima puntuación según este criterio a los solicitantes que puedan demostrar una trayectoria formativa sólida y coherente en cada uno de estos tres ámbitos

- Comunicación y Dirección estratégica (1 punto)
- Competencias digitales (1 punto)
- Habilidades sociales (1 punto)

b) Experiencia profesional (40%)

Cada año de experiencia profesional acreditada en el ámbito de la comunicación y/o la gestión en cualquier tipo de organización permite obtener un 10% de la valoración en este apartado, es decir, 1 punto (hasta un máximo de 4).

c) Motivación y orientación (30%)

En este criterio motivacional se valorará:

- La **carta de motivación** que cada solicitante habrá de adjuntar a la solicitud de plaza, que obligatoriamente habrá de referirse a los motivos que justifican el interés por este programa en concreto, su utilidad para el desarrollo del perfil profesional y los resultados que espera obtener a su conclusión. (1 punto).
- Las razones expuestas en la **entrevista personal**, que se realizará de forma virtual en la fecha que se acuerde con los solicitantes cuyos méritos logren al menos 5 puntos en los dos criterios anteriores. En este sentido se valorará especialmente el impacto que el programa pueda tener en la situación laboral del solicitante en el momento de la solicitud (2 puntos máximo).

Plazo: Hasta el 10 de septiembre de 2021.

Las personas interesadas en matricularse deberán formalizar su inscripción a través de uno de los siguientes procedimientos:

1. Presentación en el Registro de la Sede Santa María de la Rábida el impreso normalizado de matrícula facilitado por la Universidad Internacional de Andalucía, (www.unia.es/impresos), debidamente cumplimentado y acompañado de la siguiente documentación:

- a) Fotocopia del D.N.I./N.I.E./Pasaporte.
- b) Justificante de haber abonado el importe de los precios públicos por servicios académicos y administrativos siguientes: matrícula, apertura de expediente y tarjeta de identidad.
- c) Fotografía tamaño carnet.
- d) Fotocopia compulsada que acredite la titulación exigida.

2. A través de la página del portal de servicios Universitas-XXI de la Universidad, <https://portal.unia.es>, previa identificación de usuario/a y tras introducir su clave personal. Si no dispone de ella, puede solicitarla con antelación en la misma dirección web.

La documentación la deberá enviar al e-mail alumnos.larabida@unia.es

Precios públicos por servicios académicos y administrativos

- Matrícula: 2.280 € (38 €/crédito)
- Apertura de expediente: 60 €.
- Expedición tarjeta de identidad: 4'50 €.

Una vez superados los 60 ECTS, los alumnos podrán solicitar:

- Certificado académico
- Expedición de Título

Forma de pago

MATRÍCULA

Los interesados podrán optar por abonar el importe de los precios públicos de matrícula y tasas en un pago único o fraccionarlo.

Consultar condiciones de financiación en alumnos.larabida@unia.es

Datos bancarios para efectuar el pago

- Transferencia bancaria o ingreso en la cuenta La Caixa,

I.B.A.N.: ES7821009166752200074348

SWIFT: CAIXESBBXXX

- Sistema on line en la dirección www.unia.es

Los gastos que generen las operaciones bancarias serán por cuenta del alumno. La Universidad Internacional de Andalucía no considerará formalizada la matrícula hasta el acuse de recibo de la fotocopia del resguardo de transferencia.

Anulación de matrícula

La anulación de matrícula y la devolución de los derechos se regirán según lo establecido en el artículo 19 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad.

La solicitud se presentará en el Registro de la Sede en donde se vaya a celebrar la actividad académica, utilizando al efecto el impreso normalizado.

BECAS / AYUDAS

Plazo: hasta el 27 de agosto de 2021.

Toda la información sobre becas y ayudas en [Resolución 78/2021 de 20 de mayo de 2021, por la que se convocan ayudas para cursos Másteres Propios y Diplomas de Especialización ofertados por la Universidad Internacional de Andalucía para el curso académico 2021-2022.](#)

PROGRAMA ACADÉMICO

Módulo I. Comunicación para la transformación de la organización (12 ECTS).

Modalidad: Virtual.

Fechas: de 17 de septiembre de 2021 a 4 de marzo de 2022.

De 17 de septiembre a 1 de octubre de 2021 (viernes y sábados).

De 14 de enero a 4 de marzo de 2022 (viernes).

Contenidos:

Materia 1. Comunicación, gestión del conocimiento y estrategia de servicio.

Materia 2. El modelo organizativo de la 4ª Revolución Industrial: innovación abierta y agilidad.

Materia 3. La Comunicación y la Cultura Corporativa en la organización del aprendizaje.

Materia 4. La Comunicación y la creación de valor en la "sociedad del riesgo". Habilidades directivas para la gestión del compromiso en tiempos de incertidumbre.

Módulo II. Gestión de la reputación y experiencia de marca (18 ECTS).

Modalidad: Virtual.

Fechas: de 2 de octubre de 2021 a 25 de marzo de 2022.

De 2 de octubre a 20 de noviembre de 2021 (viernes y sábados).

De 11 a 25 de marzo de 2022 (viernes).

Contenidos:

Materia 5. Gestión de la Reputación de las organizaciones e instituciones públicas: impacto en los stakeholders.

Materia 6. Análisis, seguimiento y evaluación de las percepciones sociales de marca en entornos digitales: posicionamiento; influencers-haters.

Materia 7. Clientes potenciales: comportamiento online y marketing conversacional (chabots y asistentes virtuales).

Materia 8. Cuadro de mando para el seguimiento y control de la reputación en entornos digitales.

Módulo III. Innovación sostenible y transformación social (6 ECTS).

Modalidad: Virtual.

Fechas: de 26 de noviembre de 2021 a 1 de abril de 2022.

De 26 de noviembre a 11 de diciembre de 2021 (viernes y sábados).

1 de abril de 2022 (viernes).

Contenidos:

Materia 9. Conducta social de la empresa.

Materia 10. Nuevos retos en la gestión de programas de RSC en la 4ª Revolución Industrial.

Materia 11. La cultura tecnológica y su capacidad de transformación social.

Módulo IV. Prácticum. La auditoría y el plan de comunicación (12 ECTS).

Modalidad: Presencial.

Fechas: de 10 de enero a 1 de abril de 2022.

Contenidos:

Materia 12. Prácticas externas (11 ECTS).

El estudiante realizará la formación presencial mediante una estancia de 12 semanas en una organización.

Trabajo Final de Máster (12 créditos).

1ª Convocatoria hasta el 30 de junio de 2022.

2ª Convocatoria hasta el 30 de diciembre de 2022.

PROFESORADO

- **D. Mario Tascón Ruiz.** Prodigioso Volcán.
- **Dr. Mariano Gentilín.** EAFIT, Colombia.
- **Dr. Ignacio Galán Zazo.** Universidad de Salamanca.
- **Dr. Vicente García Manjón.** Universidad Miguel de Cervantes de Valladolid.
- **Dr. Ángel Losada Vázquez.** Universidad Pontificia de Salamanca.
- **Dª. Teresa Dorn.** Burson Marsteller.
- **Dr. Francisco J. López Seoane.** Empresa MPCGroup.
- **Dª. Pilar González.** Itínera.
- **Dra. Ana Casado Molina.** Universidad de Málaga.
- **Dra. Pilar Alarcón Urbistondo.** Universidad de Málaga.
- **Dra. Fang Wei Cheng.** Universidad de Málaga.
- **Dra. Mercedes Rojas de Gracia.** Universidad de Málaga.
- **Dª. Isabel Alba Fuerte.** Editorial Sirio.
- **Dr. Plácido Sierra Herrezuelo.** Turismo y Planificación Costa del Sol.
- **Dª. María Romero Charneco.** Güelcom (Chatbots para sector turístico).
- **Dª. Inmaculada Gallego Galán.** Turismo y Deporte de Andalucía.
- **Dr. Juan José Almagro García.** MAPFRE.
- **D. Francisco Hevia Obras.** Llorente y Cuenca
- **Dr. José Luis Fernández Fernández.** Universidad Pontificia de Comillas.
- **Dra. Sara Nieto Crespo.** Banco Santander.
- **Dr. Miguel Ángel Quintanilla Fisac.** Universidad de Salamanca.
- **D. Ignacio Coll Telechea.** Coll-Center.
- **Dr. Fernando Torrecilla Molina.** Coll-Center.
- **D. José Manuel Abad Liñán.** El País.

Impartición de docencia virtual: Se llevará a cabo a través del Campus Virtual de la Universidad, basado en la plataforma de enseñanza-aprendizaje Moodle, accesible desde la dirección <https://eva.unia.es>.

En esta plataforma se dispondrán los medios didáctico-metodológicos por medio de herramientas apropiadas para ello, como la utilización y retransmisión en directo de jornadas de formación online con la posibilidad de grabación de dichas sesiones para su posterior visualización que se celebrarán durante las tardes de los viernes y los sábados por la mañana.



INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN



Universidad Internacional de Andalucía. Sede Santa María de la Rábida. Paraje de La Rábida s/n 21819 Palos de la Frontera (Huelva) Telf.: (0034) 959 350452 alumnos.larabida@unia.es - www.unia.es