

Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías [DCNT]

DOBLE TITULACIÓN



Universidad
Rey Juan Carlos

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  HESIC



El hecho de tener un título de máster constituía, hasta hace poco, en sí mismo, un factor de diferenciación para el curriculum personal. Sin embargo, la reforma educativa de Bolonia ha introducido la figura de los Máster Universitarios (antes denominados 'oficiales'), como una forma de especialización al acabar el grado, marcando un nuevo nivel de formación básica universitaria.

El Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías surge con el propósito de adaptarse a la reforma educativa de Bolonia y, al mismo tiempo, satisfacer la creciente demanda de profesionales cualificados en estas áreas insuficientemente exploradas y que ofrecen nuevas y atractivas oportunidades laborales y profesionales.

Adicionalmente, aquellos participantes que, una vez finalizado el programa, deseen alcanzar el Título de Doctor podrán inscribir su proyecto de tesis doctoral, previa aprobación del departamento correspondiente y de la Comisión de Doctorado de la Universidad Rey Juan Carlos, y comenzar su elaboración sin necesidad de realizar cursos de doctorado adicionales*.

* Siempre que hayan superado 300 créditos entre los estudios de grado y postgrado

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Proporcionar una formación científica adecuada y de nivel de postgrado en relación con la Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías.
- Aportar los conocimientos y las herramientas necesarias para abordar con éxito los retos que plantea la investigación en la nueva sociedad de la información.
- Potenciar la actitud proactiva para la toma de decisiones y el compromiso directivo con su equipo y la organización, implementando a todos los niveles los nuevos enfoques de la Dirección de Comunicación (Dircom) y las tecnologías multimedia, acordes con la evolución del entorno empresarial.
- Desarrollar las funciones relacionadas con la gestión publicitaria de cualquier institución en los medios convencionales y digitales.
- Proporcionar un conocimiento integral del ámbito de las nuevas tecnologías aplicable a la concepción de proyectos, su puesta en marcha y su gestión, tanto a nivel operativo como de comunicación, integrando los mensajes con elementos internos y externos de la compañía.

M Ó D U L O S TEMA

M1
METODOLOGÍA E INVESTIGACIÓN
EN LAS CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
6 ECTS

- 01 ■ Métodos y técnicas de investigación en Ciencias Sociales ■ El diseño de la investigación social ■ La obtención de datos.
 ■ El análisis de datos.
- 02 ■ Técnicas de medición de la eficacia publicitaria ■ Factores que inciden en la selección de los objetivos publicitarios ■ Metodologías del *copy-testing* publicitario ■ Elección de las técnicas de medición: cognoscitivas, afectivas y de conducta.
 ■ Desafíos de la nueva era digital.
- 03 ■ Valoración y evaluación de marcas ■ Medir para crear valor ■ Modelos y procesos de selección de metodologías (*BrandMetrics, Consor Damodaran, Interbrand y Kern*) ■ Práctica y tendencias de la valoración de marcas en España.
 ■ El futuro de la valoración de marcas.
- 04 ■ Métodos de medición de audiencias en los medios de comunicación ■ Estudio General de Medios (EGM): metodología, aplicación y críticas ■ Audímetros y otros métodos de seguimiento de la audiencia en la televisión en abierto.
- 05 ■ Metodologías para el análisis Web ■ Indicadores estándar. Tasas de rebote, salida y conversión ■ Desmitificación de las métricas Web ■ Los retos de la información cualitativa ■ Modelos prácticos: *clikstream* y *critical few*.
- 06 ■ La investigación en *Social Media*. Retos y oportunidades ■ Planificación y análisis del rendimiento de las acciones comunicativas ■ Herramientas de valoración y seguimiento de la marca digital ■ Patrones de la inversión (ROI) en *Social Media*.

M2
EMPRESA Y COMUNICACIÓN
6 ECTS

- 07 ■ Dirección estratégica de la empresa y Comunicación ■ Estrategia, objetivos empresariales y grupos de interés (stakeholders) ■ Responsabilidad Social Corporativa ■ Elementos y áreas de actuación. Balance social. La carta ética. ■ Buen gobierno corporativo.
- 08 ■ La transparencia en el contexto de la responsabilidad social empresarial (RSE) ■ Comunicación no deliberada y creación de valor ■ Proceso y función de la comunicación en la empresa ■ Herramientas ■ Informe anual de gobierno corporativo y memorias de sostenibilidad. Criterios de evaluación de índices de sostenibilidad. Otros instrumentos de medición (*rankings*, índices alternativos,...)
- 09 ■ Estados de capital intelectual ■ Medición y evaluación del patrimonio intangible de la empresa (capital humano, tecnológico y relacional) ■ Diseño formal e informal de la estructura organizativa Diseño (formal) organizativo y cultura organizativa. Cultura y valores (diseño informal).
- 10 ■ Gestión de la comunicación interna ■ Conflicto, poder y cambio ■ Grado de conocimiento de los sistemas de información y comunicación ■ Sistemas de información para la Dirección: SAP, *Enterprise Resource Planning*,... ■ Procesos de comunicación interna: la dirección de personas y RR.HH. ■ Herramientas.

M Ó D U L O S TEMA

M3
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
6 ECTS

- 11 ▪ Dirección de proyectos y gestión de empresas ▪ Inteligencia emocional ▪ Herramienta: Gestión de proyectos con MS Project.
- 12 ▪ Dirección de Comunicación (Dircom) ▪ Estructura, ubicación y funciones ▪ El plan integral de comunicación ▪ Auditorías de comunicación e imagen.
- 13 ▪ El portavoz de la organización ▪ Comparecencia en medios y formación de portavoces ▪ Interpretación de la información económica

M4
HABILIDADES DIRECTIVAS
3 ECTS

- 14 ▪ Habilidades de Dirección ▪ *Coaching*: orientación profesional y directiva ▪ Liderazgo ▪ Modelos de decisión y toma de decisiones ▪ Negociación comercial ▪ Gestión del tiempo ▪ Gestión del cambio ▪ Seminario *Outdoor Training*.

M5
COMUNICACIÓN PERSUASIVA
4,5 ECTS

- 15 ▪ Campañas corporativas ▪ Herramientas de las Relaciones Públicas ▪ Simbología y protocolo ▪ Eventos y patrocinios ▪ Comunicación interna avanzada.
- 16 ▪ Política informativa ▪ Relaciones con medios de comunicación y agencias de noticias ▪ Gabinetes de prensa ▪ Periodismo digital ▪ *Lobbies* y grupos de presión ▪ Comunicación de crisis ▪ Herramientas de apoyo (*Software AUGURE*,...)
- 17 ▪ Redes sociales y la nueva sociedad de la información ▪ *Social Media*. Visión desde los medios de comunicación ▪ Comunicación política 2. ▪ *Storytelling*.

M6
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
4,5 ECTS

- 18 ▪ Contexto publicitario ▪ Entorno competitivo de la publicidad ▪ Entorno legal de la publicidad ▪ Autorregulación publicitaria.
- 19 ▪ La Agencia de Publicidad ▪ Servicios y elección de Agencia /áreas de trabajo ▪ Captación y contratos publicitarios ▪ Presupuestos y control ▪ Concursos públicos y restringidos.
- 20 ▪ Planificación publicitaria ▪ El Plan de Publicidad ▪ Estrategias publicitarias ▪ Anunciantes y cuentas ▪ Planificación y estrategia publicitaria on-line ▪ Previsión de audiencias y fuentes de datos ▪ Plan de medios convencionales ▪ Inversión, negociación y centrales de compra ▪ Eficacia en la comunicación publicitaria ▪ Herramientas de apoyo (*Software Tom Micro / Galileo*)
- 21 ▪ Creatividad y producción ▪ Lenguaje gráfico y comunicación ▪ Creatividad publicitaria ▪ Producción gráfica ▪ Producción audiovisual ▪ Producción en radio ▪ Análisis de campañas ▪ Gestión y contratación de servicios externos ▪ Herramientas: última versión de CS (Edición de vídeo; Diseño web con *Dreamweaver*; Animación con *Flash*).

M Ó D U L O S TEMA

M7
TECNOLOGÍAS
PARA LA INFORMACIÓN
EL MARKETING
Y LA COMUNICACIÓN
9 ECTS

- 22 ■ Marketing digital y publicidad interactiva ■ El nuevo consumidor digital y los nativos digitales ■ Modelo de comunicación 1.0: Modelo publicitario; *Adservers* ■ Ecosistema del modelo 1.0 Descripción de agentes ■ WEB. Principios básicos del diseño *web* ■ *Sites* corporativos ■ *Sites* promocionales ■ *Sites* comerciales (de venta) ■ Gestión de presencia en buscadores ■ SEO ■ SEM ■ Modelo de comunicación 2.0: *Web 2.0*/ Medios sociales/Redes sociales ■ Gestión de comunidades. El papel del *Community Manager* ■ Herramientas y tecnologías ■ Edición digital y tratamiento de imágenes. ■ Herramienta: Grabación de un video para comunicación viral.
- 23 ■ Métodos avanzados en Marketing ■ Dirección estratégica de marca. Branding & Naming ■ Posicionamiento y escenarios tecnológicos (B2B y B2C) ■ Marketing directo y relacional: CRM ■ Gestión de Bases de Datos ■ *Key account Manager*.
- 24 ■ Nuevas tendencias en comunicación ■ *Branded content* ■ *Packaging* y comunicación ■ Comunicación viral / *buzz marketing* ■ Comunicación móvil ■ *Advertainment* ■ *Advergaming* ■ *Street marketing* y *ambient marketing*.

SEMINARIOS Y CONFERENCIAS
 3 ECTS

Contenidos programados en forma paralela al transcurso del Máster, como complemento a la formación.

PRÁCTICAS EN EMPRESA
 12 ECTS

Prácticas en empresa con un tutor designado, encargado de facilitar, orientar y evaluar la estancia del alumno en la empresa.

TRABAJO FIN DE MÁSTER
 6 ECTS

Proyecto Final del Máster

PROGRAMA SUJETO A POSIBLES MODIFICACIONES

DCNT

Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías

M E T O D O L O G Í A

COMBINAR EL RIGOR CIENTÍFICO CON LA REALIDAD EMPRESARIAL, INTEGRANDO TEORÍA Y PRÁCTICA Y CON UNA METODOLOGÍA BASADA EN LA TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS A TRAVÉS DEL DIÁLOGO Y EL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS; LA REFLEXIÓN SOBRE CASOS EMPRESARIALES; EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS, ASÍ COMO UNA VISIÓN DE CONJUNTO SOBRE EL SENTIDO Y LAS RESPONSABILIDADES DEL PROPIO TRABAJO.

LA INVESTIGACIÓN, PARTE ESENCIAL DE ESTE MÁSTER, ESTÁ COMPLEMENTADA POR LA PARTE PRÁCTICA QUE SE COMBINA CON VARIAS TÉCNICAS FORMATIVAS COMO LA ELABORACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CASOS PROVENIENTES DE LA REALIDAD EMPRESARIAL, LA SIMULACIÓN O LOS JUEGOS DE ROL, LA DINÁMICA DE GRUPOS, EL ANÁLISIS Y LA DISCUSIÓN DE ARTÍCULOS DE PRENSA, DE LIBROS DE DIVULGACIÓN GENERAL DE EMPRESA, VÍDEOS, WEBS, ETC.

ADEMÁS, COMO ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS SE DESARROLLARÁN SEMINARIOS Y/O CICLOS DE CONFERENCIAS EN LOS QUE DESTACADOS ACADÉMICOS Y DIRECTIVOS DE EMPRESAS, ASOCIACIONES Y ORGANISMOS PÚBLICOS Y PRIVADOS EXPLICARÁN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DESARROLLADA EN SU ORGANIZACIÓN Y LOS SECTORES EN LOS QUE OPERAN, CON EL OBJETIVO DE FAVORECER EL ACCESO DE LOS ALUMNOS AL MUNDO DE LA PRÁCTICA EMPRESARIAL.

La calidad de nuestros programas está avalada por acreditaciones concedidas por instituciones nacionales e internacionales:



carreras profesionales

En **ESIC** nos involucramos en tu carrera profesional una vez finalizada tu formación de postgrado.

Por eso te ofrecemos un asesoramiento individualizado de orientación profesional. Además, más de 3.500 ofertas profesionales al año pasan directamente desde nuestro Departamento de Carreras Profesionales a nuestros antiguos alumnos, aumentando sus oportunidades de crecimiento profesional.

Sabemos que la clave del éxito en el mercado actual es la formación, por eso mantenemos una oferta continua de cursos, seminarios, conferencias, mesas redondas de la mano de expertos, presentaciones de empresas, entre otras actividades, para mantener a nuestros alumnos a la vanguardia del mercado laboral.

departamento de idiomas

Ofrece diversos seminarios y cursos de inglés profesional para mejorar las capacidades de negociación, conducción de reuniones o comunicación en general en ámbitos de dirección, así como programas de inglés comercial. Esta actividad puede realizarse tanto presencialmente como *on-line*.

Desde **ESIC Idiomas** queremos que nuestros alumnos puedan acceder:

- DESDE UN PUNTO DE VISTA PERSONAL A MEJORAR SU NIVEL
- DESDE UN PUNTO DE VISTA PROFESIONAL A ALCANZAR NUEVAS METAS
- DESDE UN PUNTO DE VISTA ACADÉMICO A OBTENER UNA TITULACIÓN OFICIAL O PROFESIONAL

ESIC Idiomas es centro oficial examinador de TOEFL, TOEIC, Cambridge BEC e imparte cursos preparatorios que incluyen FIRST CERTIFICATE y PROFICIENCY.



www.esic.edu/idiomas

 www.facebook.com/esic

 www.twitter.com/esiceducation

 <http://tinyurl.com/ESIC-Linkedin>

 www.tuenti.es/esic

 www.youtube.com/ESICmarketing

 www.esic.edu/etrends



Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías [DCNT]

D O B L E T I T U L A C I Ó N

www.urjc.es

MADRID +34 91 452 41 01 admisiones@esic.es www.esic.edu

 Universidad
Rey Juan Carlos

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**

JUL 2013