

Máster en Comunicación Institucional (online)

CURSO

2020-2021

PREINSCRIPCIÓN

22/04/20 hasta el 14/10/20

MATRÍCULA

22/04/20 hasta el 14/10/20

IMPORTE MATRÍCULA

2700 €

EXPEDICIÓN DE TÍTULOS ACADÉMICOS

Se aplicará la tasa vigente en el momento de la expedición del título

LÍMITE DE ALUMNOS

35

TIPO

Màster

CATEGORÍA/S

Empresa

CRÉDITOS

60 ECTS

MODALIDAD FORMATIVA

No presencial

COORDINACIÓN

MANUEL CAMPO VIDAL

91 229 79 02

www.nextibs.com

ORGANIZACIÓN

Centre de Formació Contínua UdL

C/Jaume II, 71

Campus de Cappont

25001 - Lleida

Tlf: 973703383

Fax: 973703377

formaciocontinua@udl.cat

PRESENTACIÓN

Este Máster en Comunicación Institucional se configura a partir de una serie de objetivos fundamentados en la demanda de las organizaciones en la actualidad y está diseñado por profesionales altamente capacitados que conocen las necesidades imprescindibles para una formación avanzada en comunicación institucional. Esta formación proporcionará:

- Una visión profunda y analítica sobre el entramado mediático, lo que permitirá a los alumnos desarrollar sinergias y desenvolverse con eficacia en los medios de comunicación convencionales y emergentes.
- Una descripción y un análisis detallado de la situación de la comunicación en la sociedad globalizada, señalando las principales tendencias del sector y los retos que tiene que afrontar.
- Formación práctica para poder ser comunicadores y portavoces responsables, así como tener capacidad de liderazgo en el mundo político e institucional.
- Conocimientos fundamentales y específicos de todas las áreas de la Comunicación y de las herramientas que permitan a los alumnos su integración en instituciones y organizaciones en puestos relacionados con la comunicación.
- Conocimientos sobre la relación existente entre la comunicación y las redes de poder político y económico.
- Pautas para la construcción de la marca personal, así como de la creación y difusión del mensaje para mejorar la productividad y la eficiencia de las organizaciones.

PROGRAMA

Comunicar en la sociedad del Siglo XXI

- El contexto de la Sociedad de la Información
- Introducción a la Publicidad y al Marketing
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
Lunes a sábado

Habilidades de comunicación y creación de contenidos para el portavoz

- Comunicación y liderazgo
- El discurso público: estrategias y técnicas
- Redacción profesional de la información
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
Lunes, martes y miércoles de 16.00 a 20.00 horas

Comunicación empresarial e institucional

- Estrategia y plan de comunicación
- Gestión de crisis
- Comunicación gubernamental, campañas electorales y estrategias digitales
- Comunicación ciudadana, open government y participación
- Organización de eventos y protocolo
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
Lunes a sábado

Comunicación institucional aplicada

- Administraciones del Estado públicas y Ayuntamientos
- Administraciones privadas. Fundaciones
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
Lunes a sábado

Marketing Digital: Fundamentos, Estrategias y Redes Sociales

- Fundamentos y plan de marketing
- Plan de Social Media
- Web Marketing
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
Lunes a sábado

Trabajo Fin de Master

- Trabajo Fin de Máster
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
Lunes, martes y miércoles

PROFESORADO

Campo Vidal, Manuel

Carrera Boleas, Valentín

Gómez Bravo, María

Hernando Vera, Antonio

Martín Díez, Pablo

Micovic, Miljana

Moreno, Francisco
Parralejo Agudo, Jesús
Puebla, Belén
Rodríguez, Alfredo
Sangüesa Alba, Agustina
Valenzuela, Nuño

OTRAS INFORMACIONES

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Está dirigido a todos aquellos licenciados, graduados o ingenieros interesados en dotarse de los conocimientos necesarios para liderar los procesos de comunicación en empresas, instituciones y organizaciones. Los criterios de admisión al programa se establecen de acuerdo con el artículo 17 de Real Decreto 1393/2007 modificado por el Real Decreto 861/2010.

Podrán acceder al posgrado:

- Alumnos, españoles o extranjeros, que acrediten los requisitos legales de acceso previstos en el RD 1393/2007 modificado por el RD 861/2010, que estén en posesión del título de graduado o titulación equivalente, preferiblemente con formación previa en Ciencias Sociales y Jurídicas o Artes y Humanidades.
- Alumnos graduados en otras titulaciones que, con independencia de su formación de grado de partida, quieran dotarse de los conocimientos y las herramientas necesarias en comunicación para iniciarse en esta ciencia o bien para avanzar en su carrera profesional. Pueden provenir del mundo del derecho, los negocios, la empresa, la sanidad, entre otros muchos.
- En el caso de los alumnos recién graduados, se valorará para el acceso a la titulación si está en posesión del título de licenciatura o de grado y su expediente académico. Se ponderará la formación adicional, otros cursos y formación recibida, así como la acreditación de idiomas.

Para acceder al Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital se requiere poseer el grado académico de Licenciado, Diplomado o equivalente, o de Graduado en el nuevo sistema de Educación Superior. En particular, el máster está orientado a la formación de los siguientes titulados:

- Periodismo
- Relaciones Públicas
- Comunicación Audiovisual
- Ciencias Empresariales
- Economía
- Administración y Dirección de Empresas
- Sociología
- Ciencias Políticas y de la Administración Pública
- Filología
- Derecho

PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

Requisitos a tener en cuenta en el proceso de admisión al máster son los siguientes:

a) Excelencia académica

El candidato al máster debe poseer una titulación universitaria de grado o licenciado en alguna de las áreas descritas. Se analizará el currículum vitae del candidato, valorándose especialmente el expediente académico, resultando priorizados los más satisfactorios.

b) Currículum vitae

Se llevará a cabo la revisión del currículum vitae del candidato, valorando aspectos como la experiencia profesional y la presentación de una carta de recomendación. Asimismo, se valorará la participación en otros programas formativos que aporten valor a la candidatura.

c) Entrevista personal

Los candidatos al máster deberán pasar por una entrevista personal con el Comité de selección, en la cual deberán mostrar su motivación profesional para realizar este programa. Los candidatos al máster deberán evidenciar una formación o vocación hacia el desarrollo de una carrera profesional orientada a la comunicación y a la práctica del marketing digital.

Estos criterios serán ponderados según la siguiente tabla:

Ponderación de Criterios para la Admisión al Máster

CRITERIOS PONDERACIÓN

Expediente académico: 40%

Currículum Vitae: 30%

Entrevista personal: 30%

Total puntuación: 100%

PERIODO EN QUE SE IMPARTE

Fecha inicio 12/10/20 - Fecha finalización 30/06/21

LUGAR DE IMPARTICIÓN

Next International Business School Madrid

DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE

Lunes, martes y miércoles (turno mañana de 9,30 a 14,30)

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

[imatges](#)