



Centro Responsable: **Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Centro/s en que se imparte: **Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Créditos: **60 ECTS**
(1 año)

Rama: **Ciencias Sociales
y Jurídicas**

Tipo Enseñanza:
Presencial

Precio recomendado:
29,57 €/ crédito matriculado
(precios públicos 15-16)

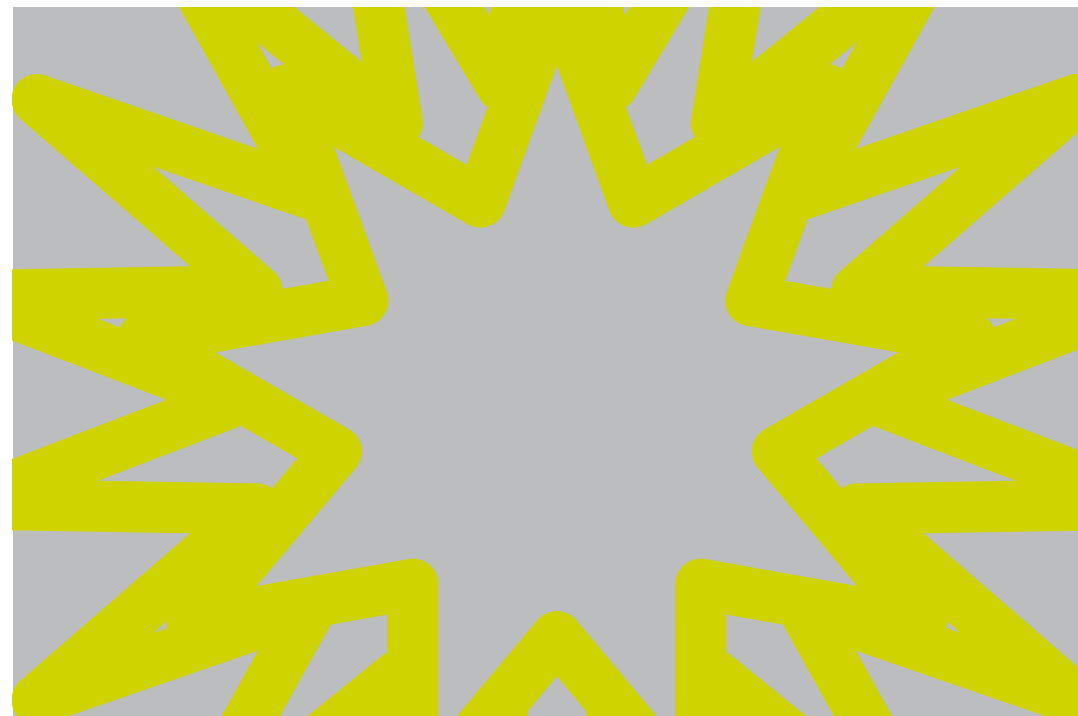
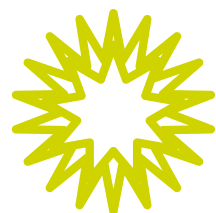
Horario: **Tarde**

Número de Plazas: **35**
UMA

Lenguas utilizadas:
Castellano

Perfil de acceso recomendado

Dirigido a personas del ámbito de la comunicación que se quieran especializar en la dirección y gestión de la comunicación en empresas e instituciones. Se abarcan materias de publicidad digital, relaciones públicas y comunicación institucional, empresarial y social.



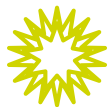
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Campus de Teatinos. 29071. Málaga
secretaria@cccom.uma.es
Tel. secretaría: 952 13 29 04
www.uma.es/cipd



Máster Universitario
en Dirección Estratégica e Innovación en
Comunicación (Título conjunto UCA, UMA)

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Descripción

El Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación tiene como objetivo dar a conocer cómo se aplican las tecnologías de la comunicación digital en las empresas, administraciones públicas, movimientos sociales, organizaciones sociales, etc. Igualmente, se insertan materias de aprendizaje y profundización en marca digital personal y en crowdfunding.

Objetivos

- Elaborar estrategias de comunicación para empresas y organizaciones sociales.
- Capacitar para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
- Validar y evaluar las tendencias en comunicación.
- Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación.
- Conocer y comprender las peculiaridades de la nueva cultura digital y sus interrelaciones con la democracia.
- Aplicar las estrategias creativas en publicidad en los diferentes medios y soportes.

Preinscripción y acceso

La preinscripción y el acceso al Máster se efectúa conforme a los procedimientos establecidos por Distrito Único Andaluz, en los plazos y condiciones fijadas para todos los Másteres Universitarios Oficiales que se imparten en las universidades públicas andaluzas (más información en <http://www.infouma.uma.es/acceso/>).

Empleabilidad

La gestión de la comunicación posee un amplio abanico de empleos potenciales ya que toda empresa, asociación, institución o entidad social deben tener un experto que desarrolle, planifique y ejecute las acciones de comunicación off line y on line. Las organizaciones necesitan de personal cualificado para esos cometidos y el Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación incide y enfoca su contenido en una alta capacitación conceptual e instrumental.

Plan de estudios

| | |
|---|-------------|
| Módulo I. INVESTIGACIÓN Y FUNDAMENTOS | ECTS |
| METODOLOGÍA | 3 |
| COMUNICACIÓN, CULTURA DIGITAL E INNOVACIÓN | 3 |
| POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y ESPACIO PÚBLICO EN LA UE | 3 |
| SEMINARIO DE TENDENCIAS AVANZADAS EN COMUNICACIÓN | 3 |
| TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA | 3 |
| MEDICIÓN Y EVALUACIÓN EN COMUNICACIÓN | 3 |
| Módulo II. TRANSVERSAL | ECTS |
| LIDERAZGO Y HABILIDADES DIRECTIVAS | 3 |
| MARCA DIGITAL PERSONAL | 3 |
| Módulo III. INSTITUCIONAL | ECTS |
| LOBBY Y THINK TANKS | 3 |
| CIBERPOLÍTICA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA | 3 |
| MARCA Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA | 3 |
| DIRCOM: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN | 3 |
| Módulo IV. EMPRESARIAL | ECTS |
| ESTRATEGIA Y CREACIÓN PUBLICITARIA | 3 |
| TRANSPUBLICIDAD. NUEVA PUBLICIDAD PARA SOCIEDADES EN MOVIMIENTO | 3 |
| PUBLICIDAD INTERACTIVA DIGITAL | 3 |
| GLOCALIZACIÓN | 3 |
| Módulo V. SOCIAL | ECTS |
| FUNDRAISING Y CROWFUNDING | 3 |
| COMUNICACIÓN Y MINORÍAS | 3 |
| COMUNICACIÓN, CONFLICTO Y VIOLENCIA DE GÉNERO | 3 |
| COMUNICACIÓN PARA LA ACCIÓN SOCIAL | 3 |
| Módulo VI. TRABAJO DE FIN DE MÁSTER | ECTS |
| TRABAJO DE FIN DE MÁSTER | 12 |