

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
ESIC Universidad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales	28054919	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Máster	Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías por la ESIC Universidad			
NIVEL MECES			
3			
RAMA DE CONOCIMIENTO	ÁMBITO DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	No	
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
EDUARDO GÓMEZ MARTÍN	PRESIDENTE		
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
EDUARDO GÓMEZ MARTÍN	PRESIDENTE		
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
RAMÓN ARILLA LLORENTE	RECTOR		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Camino Valdenigrales SN	28223	Pozuelo de Alarcón	664552303
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
director.general@esic.edu	Madrid	913528534	
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Madrid, AM 21 de febrero de 2024	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, ÁMBITO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías por la ESIC Universidad	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
ÁMBITO				
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
AGENCIA EVALUADORA				
Fundación para el Conocimiento Madrimasd				
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
ESIC Universidad		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
087	ESIC Universidad	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	48	6

1.4-1.9 ESIC Universidad

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
28054919	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales	Si	No

1.4-1.9.2 Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS POR MODALIDAD		
72		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
72	72	



IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

1.10 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN

Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

OBJETIVOS FORMATIVOS

- Desarrollar competencias avanzadas en comunicación y gestión de contenidos digitales, comprendiendo las dinámicas de las redes sociales, el marketing digital y la producción multimedia.
- Entender y aplicar las últimas tecnologías aplicadas a la comunicación y saber integrarlas eficazmente en estrategias comunicativas, tanto en la creación, como en la distribución y en el análisis de contenidos.
- Analizar críticamente el entorno mediático actual, aprenderán a evaluar con espíritu crítico el impacto de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación y en la sociedad, además de sobre las tendencias y los desafíos tecnológicos que implica para los profesionales.
- Diseñar, implementar y evaluar estrategias de comunicación y publicidad innovadoras e integrales, mediante la aplicación de todas las herramientas que aportan las nuevas tecnologías y alcanzar con ellas los objetivos de negocio y comunicación, en los sectores más diversos.
- Análisis de datos y métricas de comunicación para tomar decisiones informadas y mejorar gracias a ello las estrategias comunicativas.
- Gestión de la reputación y la identidad corporativa. El estudiantado será capaz de diseñar y gestionar planes de comunicación que fortalezcan la imagen y reputación de la empresa, así como implementar estrategias de gestión y comunicación de crisis, utilizando para ello tanto medios tradicionales como digitales.
- Fomentar la ética y responsabilidad en la comunicación, reflexionando sobre las implicaciones morales y legales que esta tiene, tanto *offline* como *online* y también el impacto de las tecnologías, promoviendo prácticas responsables y sostenibles.
- Mejorar las habilidades de investigación en comunicación, desarrollando competencias en la metodología científica aplicada al ámbito de desarrollo de la titulación, la comunicación y las nuevas tecnologías, para que puedan realizar proyectos de investigación no solo rigurosos, sino también relevantes.
- Potenciar la capacidad de trabajo en equipos multidisciplinares, ya que esa es actualmente la principal competencia valorada por las empresas en sus personas empleadas. Desde el principio, trabajarán en grupos diversos en cuanto a sus procedencias y perfiles de ingreso, colaborando como profesionales de diferentes especialidades para enriquecer sus proyectos integrales de comunicación.
- Prepararse para liderar en el ámbito de la comunicación, la publicidad, el marketing digital y las nuevas tecnologías, asimilando habilidades de liderazgo y gestión, entrenándose para ocupar puestos estratégicos en estos cuatro campos, capaces de guiar equipos y encabezar proyectos hacia el éxito.

1.- Especialización en Comunicación. Analizar teorías avanzadas y prácticas en comunicación externa, interna, de crisis e institucional, en contextos de investigación científica y entornos profesionales altamente especializados, para desarrollar estrategias comunicativas eficaces.

2.- Publicidad Integral. Desarrollar campañas publicitarias innovadoras, aplicando conocimientos avanzados en publicidad registrada, estimada, digital y exterior, en entornos multidisciplinares, para mejorar la visibilidad y el impacto de las marcas.

3.- Dominio del Marketing Digital. Aplicar estrategias y herramientas de marketing digital de vanguardia en proyectos de innovación y entornos digitales imprevisibles, para optimizar la interacción con el público objetivo y la presencia en línea de las marcas.

4.- Metodología e Investigación en Ciencias de la Comunicación. Investigar y aplicar metodologías científicas en comunicación para la resolución rigurosa de casos y la elaboración del Trabajo de Fin de Máster (TFM), promoviendo la iniciación en tareas investigadoras a través de planes de comunicación, publicidad y marketing.

5.- Ética y Habilidades Directivas. Evaluar y integrar principios éticos y competencias directivas en la toma de decisiones estratégicas, con énfasis en los factores ESG, para liderar organizaciones de manera responsable y ética.

6.- Cultivar la habilidad artística y tecnológica para la creación de contenidos creativos mediante el uso de TIC y software especializado, preparando a los estudiantes para solventar encargos profesionales con soluciones innovadoras.

7.- Conocer, enunciar y diferenciar entre los diversos estilos narrativos aplicados a la Publicidad, Comunicación y el Marketing.

8.- Conocer, organizar y categorizar los diversos tipos de comunicación.

9.- Comprender, presentar y enunciar el ecosistema de la comunicación y sus *stakeholders*.

10.- Identificar y definir los actores, dinámicas, procesos y factores que interactúan en la toma de decisiones dentro de las relaciones públicas.

11.- Identificar y definir los actores, dinámicas, procesos y factores que interactúan en la toma de decisiones dentro de las relaciones públicas y construir eventos donde se alcance el objetivo planteado.

12.- Conocer los cambios en los hábitos de consumo de contenidos del individuo e identificar la necesidad de nuevos profesionales de la comunicación, vinculados a modelos sincrónicos y asincrónicos de emisión.



13. Aplicar los conceptos básicos del diseño digital: diseño de usabilidad (UX) y de interfaz (UI).

14. Evaluar y medir las acciones emprendidas dentro de los proyectos a través de las métricas más precisas en cada ocasión (KPIs) y corregirlas en caso de que no satisfagan el objetivo buscado con ellas.

15. Asimilar el lugar de la comunicación en la sociedad actual como transmisor intercultural.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

Se incluyen en anexos del apartado 8

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

CO1 - Conocer las funciones de la Dirección de Comunicación, desde la dirección de proyectos a la gestión de empresas, sus resultados, así como las responsabilidades en torno a los activos intangibles, como la sostenibilidad, la comunicación interna o la responsabilidad social corporativa. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO10 - Conocer la funcionalidad de las herramientas y programas digitales que complementan los conocimientos adquiridos en el título. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO11 - Conocer en profundidad los conceptos y aspectos legales que engloban la jurisprudencia aplicada al sector, prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO2 - Conocer y manejar las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de mensajes eficaces relacionados con la comunicación publicitaria y de las organizaciones. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO3 - Conocer en profundidad las herramientas de valoración de marcas y medición de audiencias que aportan las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación empresarial. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO4 - Dominar los códigos y términos propios de la comunicación convencional y digital, de las organizaciones con la sociedad. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO5 - Conocer en profundidad los diferentes entornos en el contexto publicitario e institucional. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO6 - Conocimiento avanzando de las diferentes fases del proceso de una adecuada planificación publicitaria. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO7 - Conocimientos avanzados en estrategias de investigación basadas en el contexto tecnológico actual y en el ámbito de la Comunicación y la Publicidad. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO8 - Conocimientos avanzados en Marketing Digital y publicidad interactiva, así como de los métodos avanzados en marketing y las tendencias en comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO9 - Conocer los modelos de liderazgo, así como las diferentes fases en un proceso de negociación y las nuevas tendencias basadas en la inteligencia emocional. TIPO: Conocimientos o contenidos

CP1 - Trabajar en equipo y en un entorno multidisciplinar con el objetivo concreto de crear y desarrollar una campaña de comunicación integral. TIPO: Competencias

CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias

CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias

CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias

HA1 - Planificar, dirigir, coordinar y gestionar eficazmente la comunicación interna y la de crisis. TIPO: Habilidades o destrezas

HA10 - Desarrollar, defender y argumentar un Trabajo Fin de Máster. TIPO: Habilidades o destrezas

HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas



HA2 - Dominar las habilidades necesarias para que un Director de Comunicación pueda elaborar y tomar decisiones estratégicas y tácticas en los diferentes entornos. TIPO: Habilidades o destrezas
HA3 - Aplicar las herramientas necesarias que permitan, de manera autónoma, recrear todo el proceso de producción de los mensajes publicitarios, desde la generación de la idea hasta el momento de su difusión y posterior seguimiento, promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. TIPO: Habilidades o destrezas
HA4 - Sintetizar toda la información y conocimientos adquiridos a lo largo del Máster, generando documentación propia del lenguaje publicitario, de marketing, Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. TIPO: Habilidades o destrezas
HA5 - Interpretar datos de las investigaciones para elaborar informes con el grado de especialización adecuado según el público al que va dirigido. TIPO: Habilidades o destrezas
HA6 - Detectar las necesidades que pueden tener las organizaciones para mejorar sus modelos de gestión comunicativa. TIPO: Habilidades o destrezas
HA7 - Formular propuestas estratégicas de investigación, de acuerdo con el contexto tecnológico actual y en el ámbito de la Comunicación y la Publicidad. TIPO: Habilidades o destrezas
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas
HA9 - Analizar los retornos de la inversión publicitaria y conocimiento de las actuales fuentes de financiación, tanto públicas como privadas, nacionales o internacionales. TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

Requisitos de acceso y criterios de admisión

Se registrará por la Normativa de admisión para estudios de máster universitarios de ESIC Universidad.

https://www.esic.edu/pdf/normativa/NORMATIVA_ADMISION_MASTER.pdf

La presente normativa tiene por objeto regular el régimen de admisión, de los estudiantes en los estudios oficiales de Máster de ESIC Universidad, referidos en el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

Los estudiantes de nuevo ingreso interesados en cursar enseñanzas de Máster universitario en ESIC Universidad y que cumplan con los requisitos legales dispuestos en el Artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre para el acceso a las enseñanzas oficiales de Máster, que exige estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster. Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos.

Perfil de Ingreso

El Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías está dirigido a candidatos que acaban de finalizar sus estudios de grado y desean obtener una especialización profesional que les permita conocer con más profundidad la realidad global, sabiendo así elegir la ruta de entrada más adecuada a sus capacidades y preferencias, aportando un mayor valor añadido desde el inicio a la organización en la cual se quieran integrar.

Se llevará a cabo una distinción básica entre:

- Candidaturas cuyo bagaje académico provenga del campo del Periodismo, Publicidad, Comunicación, Marketing o similar, para los cuales su integración en el programa no requerirá de complementos formativos, ya que, el mismo se encuentra adaptado a los niveles de conocimiento de salida de dichas titulaciones.
- Candidaturas procedentes de otros ámbitos de conocimiento. Para que estas puedan adaptarse e integrarse en el programa, deberán cursar, con carácter previo al comienzo del Máster, los complementos formativos descritos a continuación.

Se establece que todos aquellos alumnos que no procedan de un grado o titulación de Periodismo, Publicidad, Comunicación, Marketing o similar o no puedan acreditar conocimientos previos en estos ámbitos de conocimiento mediante acreditaciones formativas, deberán realizar los cursos de adaptación

Cursos de adaptación:

- Fundamentos de la Publicidad (3 ECTS)
- Introducción a la Comunicación Corporativa (3 ECTS)

Fundamentos de la Publicidad (3 ECTS)

Objetivo de la Asignatura:

La asignatura Fundamentos de la Publicidad proporciona al alumno una visión de conjunto de la actividad publicitaria y da un primer paso en su incursión en la organización profesional, a través de la presentación del concepto de publicidad (mensaje publicitario, marca), de la descripción del mercado publicitario (anunciantes, agencias de publicidad, medios publicitarios y consumidores) y de una introducción a la planificación publicitaria (planificación estratégica y estudio de campañas de éxito).



Permite una aproximación conceptual a la Publicidad, favoreciendo el conocimiento amplio y actualizado de la estructura básica del mercado publicitario y las relaciones entre los principales agentes, así como del proceso general de planificación de las campañas de publicidad.

Al finalizar la asignatura serán capaces de:

- Conocer el desempeño de las marcas en el mercado hacia sus grupos de interés, principalmente, sus clientes.
- Entender la importancia del *briefing* como punto de partida en la elaboración de un plan de publicidad.
- Conocer los diferentes entornos en el contexto publicitario e institucional y los actores que forman parte de la estrategia creativa.
- Conocer los canales de inserción más eficaces para los mensajes publicitarios.

Contenido de la Asignatura

- Tema 1. La marca
- Tema 2. El *briefing*.
- Tema 3. La estrategia y el departamento creativos.
- Tema 4. La estrategia de medios: el plan de medios.

Sistema de evaluación

- Una vez hayan finalizado la asignatura, tendrá que realizar una prueba con el objetivo de valorar la adquisición de conocimientos.
- Tendrán dos oportunidades para superar dicha prueba y, por tanto, el complemento formativo que le permita realizar el Máster.
- En caso de no superarlo, tendrá que volver a matricularse y repetir el complemento formativo.

Estos cursos se realizarán con carácter previo al comienzo del programa, de manera asíncrona, pero dispondrán de la posibilidad de contactar con un tutor de referencia para la asignatura.

Introducción a la Comunicación Corporativa (3 ECTS)

Objetivo de la Asignatura

La asignatura de Dircom pretende dar a comprender el alcance de la función de Dirección de Comunicación y su importancia para las empresas e instituciones, en la construcción, mantenimiento y/o mejora de la imagen pública que pretenden proyectar a los diferentes grupos de interés a los que se dirigen.

- Distinguir los principales niveles de comunicación en la empresa (interna versus externa; estratégica frente a operativa)
- Conocer las principales funciones y el rol de la persona responsable de Comunicación.
- Identificar los públicos múltiples a los que se dirigen las empresas para diseñar los mensajes más apropiados a cada uno de ellos.

Al finalizar la asignatura el alumnado será capaz de:

- Entender el rol de la Comunicación en la estrategia de la empresa.
- Conocer los diferentes soportes de información, tanto propios como ajenos y las necesidades informativas en base a los diferentes grupos de interés.
- Conocer las funciones básicas de la Dirección de Comunicación y sus áreas de actuación
- Conocer el proceso de un Plan de Comunicación

Contenido de la Asignatura

- Tema 1. El rol de la Comunicación en la estrategia de la empresa.
- Tema 2. Identificación de los grupos de interés, necesidades informativas y soportes de información (propios y ajenos).
- Tema 3. La Dirección de Comunicación: funciones y áreas de actuación.
- Tema 4. Auditoría y estructuración de un Plan de Comunicación.

Sistema de evaluación

- Una vez hayan finalizado la asignatura, tendrá que realizar una prueba con el objetivo de valorar la adquisición de conocimientos.
- Tendrán dos oportunidades para superar dicha prueba y por tanto el complemento formativo que le permita realizar el Máster.
- En caso de no superarlo, tendrá que volver a matricularse y repetir el complemento formativo.

Estos cursos se realizarán con carácter previo al comienzo del Máster. Estos créditos serán cursados por los candidatos de manera asíncrona, pero dispondrán en todo momento de la posibilidad de contactar con un tutor de referencia para cada una de las asignaturas.

El Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías está diseñado para aquellos estudiantes que buscan una formación de postgrado oficial que combine rigor científico con un enfoque directivo y un carácter eminentemente práctico. Este programa se distingue por su capacidad para incorporar un valor añadido significativo a la empleabilidad de sus graduados, preparándolos para liderar en el ámbito de la comunicación y la tecnología.

- Titulaciones Preferentes:

El programa está especialmente dirigido a titulados superiores o con grado en:

- Periodismo.
- Publicidad y Relaciones Públicas.
- Ciencias de la Comunicación.
- Marketing y Gestión Comercial.
- Administración y Dirección de Empresas.
- Protocolo.



Estas titulaciones se consideran preferentes debido a su afinidad directa con los contenidos y objetivos del máster, proporcionando una base sólida desde la cual los estudiantes pueden profundizar en el estudio especializado de la dirección de comunicación y las nuevas tecnologías:

- Perfil Personal de los candidatos:

Se espera que los candidatos demuestren un interés marcado por desarrollar su actividad profesional en el ámbito de la Comunicación y las Nuevas Tecnologías. Este interés puede manifestarse a través de la experiencia previa, proyectos personales o una clara orientación profesional hacia estos campos.

Se valorarán especialmente las habilidades de comunicación de los candidatos, indicando una predisposición hacia la eficacia comunicativa y la adaptabilidad tecnológica. Además, se considerará positivamente la capacidad de los candidatos para integrar nuevas herramientas y plataformas tecnológicas en estrategias de comunicación innovadoras:

- Idiomas:

Si bien la lengua de impartición del Máster es el español y hay que acreditar competencia suficiente en él, se recomienda un conocimiento suficiente del inglés, ya que se considera ventajoso para el desarrollo académico y profesional futuro del estudiantado, ampliando sus horizontes laborales y facilitando su integración en contextos internacionales:

Los estudiantes para acceder a la matrícula en los Másteres Universitarios de ESIC Universidad deberán realizar los siguientes trámites administrativos de forma sucesiva:

SOLICITUD DE ADMISIÓN:

Los candidatos contactarán con el departamento de admisiones de ESIC Universidad a través del formulario online de solicitud (www.esic.edu), vía telefónica, o asistiendo a las sesiones informativas etc. El departamento de admisiones proporcionará asesoramiento sobre los estudios que se deseen realizar y le informará de todos los requisitos y pasos a seguir para poder inscribirse en los programas.

El departamento de admisiones solicitará al candidato que aporte la siguiente documentación para realizar el proceso de admisión al programa que se solicite:

- Solicitud de admisión cumplimentada
- Fotocopia del DNI o pasaporte
- Currículum vitae
- Fotografía tamaño carnet a color
- Certificado de estudios universitarios
- Título acreditativo. Si el título está emitido por una universidad no española, deberá presentar también una carta de la Universidad donde certifiquen que, con los estudios obtenidos, tiene acceso a cursar estudios de Máster en el país de origen.
- Carta de recomendación

Una vez presentada la documentación, el candidato realizará las pruebas de acceso al máster que solicite, y que consistirán en:

- Entrevista personal
- Resolución de un caso práctico o ensayo
- Carta de motivación personal

Una vez presentada la documentación y realizadas las pruebas, se valorará el expediente académico del candidato, así como el resultado de las pruebas de acceso.

Si el candidato solicita un traslado de expediente, con la posibilidad de reconocer créditos de la titulación de procedencia, se le valorará el expediente universitario, currículum vitae y la entrevista personal que realice, conforme a la Normativa de transferencia y reconocimiento de créditos de ESIC Universidad.

Como conclusión del proceso de admisión se comunicará al candidato la admisión o no al programa mediante el envío de la carta de admisión con la información necesaria para que inicie el proceso de matriculación y realice los trámites de reserva de plaza e inscripción en el programa.

RESERVA DE PLAZA Y MATRICULACIÓN

Una vez recibida la carta de admisión, el candidato procede al pago de su reserva de plaza, mediante transferencia en la cuenta bancaria indicada en la carta. Esta cantidad no será reembolsable. El candidato tiene un plazo aproximado de una semana para realizar el pago de la reserva de plaza desde que recibe la carta de admisión. De esta forma, tiene garantizada la plaza en el máster correspondiente.

Una vez que la secretaría de postgrado tiene constancia del pago de la reserva de plaza por parte del departamento administrativo de ESIC, remite al candidato el formulario de solicitud de matrícula para su cumplimentación y en la que se requiere, entre otra información, la elección del modo de pago de la docencia.

El candidato envía la solicitud de matrícula debidamente cumplimentada y firmada a la secretaria de postgrado. Con este documento, el departamento de administración elabora un plan de pagos, que envía al candidato. Este plan de pagos refleja, al menos, el precio final (descuentos/becas incluidos) y las cuotas a pagar. En caso de que se le conceda una beca posterior a haber realizado la matriculación, se le enviará un nuevo plan de pagos.

El documento de solicitud de matrícula será firmado por el alumno, tiene carácter contractual y supone la aceptación de las condiciones de pago y el compromiso por parte del alumno de cumplir con la normativa académica para programas de postgrado de ESIC Universidad. El candidato tiene un plazo de dos semanas desde que hace la reserva de plaza para realizar su solicitud de matrícula.



Una vez terminado el trámite de solicitud de matrícula y aceptado el plan de pagos, la secretaría de Postgrado se encargará de dar de alta definitivamente al candidato en el sistema de gestión, procediendo a su inscripción en el programa.

Una vez realizado el trámite de la matrícula, se considera al candidato inscrito y matriculado en el programa correspondiente y pasa a ser considerado alumno máster de ESIC Universidad a todos los efectos.

La reserva de plaza y la solicitud de matrícula se realizarán dentro de los periodos y plazos fijados. Los plazos y procedimientos de matrícula e inscripción se harán públicos antes del comienzo del curso académico, debiendo el alumno matricularse, en ese plazo, de todas las asignaturas que quiera cursar en el curso académico.

RECLAMACIONES

Las reclamaciones contra la no admisión, actualización de calificaciones o cambios en la vía se presentarán en ESIC Universidad en el Campus de Pozuelo dentro del plazo establecido.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente normativa se publicará al día siguiente de su aprobación y será de aplicación a partir del curso académico 2019/2020

Criterios de admisión y órgano responsable.

El órgano competente responsable de la admisión al Máster es el Comité de Admisión, compuesto por la Dirección Académica de ESIC Universidad, la Dirección del Máster y la Dirección de Admisiones de ESIC Universidad.

La función de dicha Comisión es permitir una relación ordenada de candidatos en caso de un exceso de la demanda frente a la oferta del Título y para ello se basarán en los resultados obtenidos en el proceso de admisión detallado a continuación:

- Criterios académicos (expediente académico): 60%
- Motivación e interés (Entrevista personal y carta de motivación): 20%
- Capacidad para la resolución de problemas y pensamiento crítico (Resolución de caso práctico): 20%

En la entrevista de admisión, sigue un esquema orientativo el cual se declara a continuación:

- Evolución académica del alumno/a (titulación cursada, estancias internacionales, cursos complementarios).
- Otras actividades realizadas, deporte, música, idiomas, voluntariado,
- Experiencia profesional.
- Intereses, contenidos o competencias de más interés para el alumno/a.
- Motivación por la titulación y la universidad.
- Puntos fuertes y puntos a mejorar.
- Explicación de las diferentes pruebas que conforman el proceso.
- Dudas o preguntas del alumno/a.

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 3: Anexo 2.	
--------------------------	--

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

DESCRIPCIÓN

Sistema de Transferencia y Reconocimiento de Créditos:

Normativa de ESIC Universidad, en el siguiente [link](#)



Normativa Aplicable

El artículo 36 de la Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre, de Universidades, modificado por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, dispone que el Gobierno, previo informe del Consejo de Universidades, regulará los criterios generales a que habrán de ajustarse las Universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.

Reconocimiento y transferencia de créditos. El Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales lo señala en su artículo 10.

Reconocimiento de créditos. En el mencionado Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, se recoge y desarrolla la figura del reconocimiento de créditos, mediante la cual se produce la aceptación por parte de una Universidad de los créditos obtenidos en otras enseñanzas oficiales, de tal modo que sean computados a efectos de la obtención de un Título Oficial.

Reconocimiento de la experiencia laboral o profesional. La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, introduce la posibilidad de validar a efectos académicos, la experiencia laboral o profesional, siguiendo los criterios y recomendaciones de las declaraciones europeas.

Enseñanzas de Formación Profesional. El Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, que regula el reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, señalando que corresponde a las universidades el reconocimiento de los estudios oficialmente acreditados de enseñanzas superiores artísticas, deportivas o de formación profesional, a efectos de cursar programas de estudios conducentes a la obtención de títulos universitarios de grado.

Transferencia de créditos. También se establece la transferencia de créditos que implica la inclusión en los documentos académicos oficiales de la totalidad de los créditos obtenidos por el alumno en enseñanzas oficiales que no hayan conducido a la obtención de un Título Oficial.

Aprobado por Acuerdo del Comité de Dirección de ESIC Universidad de 14 de mayo 2021

En el caso de Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional, solo se podrán reconocer créditos de la asignatura Prácticas Académicas Externas, con la limitación de que un año de trabajo a tiempo completo es equiparable a 6 ECTS.

Esta opción podrá darse, tal y como establece el RD 822/2021 en el artículo 10.4, cuando esa experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías. De igual modo, podrán ser reconocidos los créditos superados y cursados en estudios universitarios propios de las universidades o de otros estudios superiores oficiales.

Reconocimiento de Créditos por Experiencia Profesional:

Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento (módulo-materia-asignatura de forma individualizada),

Sólo se reconocerá la asignatura de Prácticas Académicas Externas por experiencia profesional.

Definición del tipo de experiencia profesional que podrá ser reconocida (cuantificación y tipología)

Para el reconocimiento de créditos en el marco de las Prácticas Académicas Externas del Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías, se considerarán:

- Se reconocerán 6 ECTS por 12 meses de experiencia profesional acreditada, en áreas directamente relacionadas con la comunicación y las nuevas tecnologías.
- Áreas Específicas de Experiencia:
 - Gestión de la comunicación, interna o externa.
 - Diseño e implementación de estrategias de comunicación
 - Gestión de redes sociales.
 - Desarrollo de contenido digital, incluyendo producción multimedia y gestión de plataformas de contenido.
 - Implementación de nuevas tecnologías en la estrategia de comunicación, como inteligencia artificial, análisis de *big data* y realidad virtual/aumentada.

En caso de que algún alumno/a provenga de otra área específica diferente a las declaradas anteriormente, se analizará que la experiencia aportada se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias de la asignatura de Prácticas Académicas Externas del Máster, tal y como establece el RD 822/2021 en el artículo 10.4.



Justificación de dicho reconocimiento en términos de resultados de aprendizaje y de la formación del Máster, ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.

En línea con los nuevos resultados de aprendizaje y la nueva redacción del perfil de egreso

- Alineación las Habilidades durante el tiempo estipulado, al menos 12 meses de experiencia profesional acreditada, en el mismo grupo de cotización al que pertenecen la comunicación, la publicidad y el marketing (HA3, HA4, HA5, HA6 y/o HA8) o Competencias (CP1 y/o CP4). La experiencia profesional en las áreas mencionadas contribuye directamente a la adquisición y desarrollo de habilidades y competencias del Máster, como la capacidad de integrar las nuevas tecnologías en estrategias de comunicación efectivas, el desarrollo de contenidos digitales innovadores y la gestión eficaz de la comunicación en múltiples plataformas.
- Contribución a la Formación Integral: Reconocer esta experiencia laboral asegura que los estudiantes no solo tengan un conocimiento teórico sólido, sino también una comprensión práctica profunda de cómo las estrategias de comunicación y las nuevas tecnologías se implementan efectivamente en contextos profesionales reales. Esto resulta fundamental para formar egresados altamente capacitados y listos para enfrentar los retos del mundo real en la dirección de comunicación y nuevas tecnologías.

El reconocimiento de la experiencia profesional fortalece el perfil de egreso del Máster, impulsando el equilibrio entre teoría avanzada y experiencia práctica aplicable, preparándolos para liderar en el ámbito de la comunicación y adaptarse a la constante evolución tecnológica.

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

El Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de ESIC Universidad es el máximo responsable del diseño, ejecución y seguimiento de las actividades académicas internacionales a través de sus dos unidades.

Por un lado, la Dirección de Programas Internacionales que coordina las relaciones académicas internacionales de la Universidad y es responsable del diseño de los programas de corta duración (Summer Camps, Summer Courses y Study Tours), y de aquellos programas de larga duración (Dual, Double y Joint Degrees) que la Universidad pone en marcha para favorecer la visión y la experiencia internacional de nuestro alumnado.

Por otro, la Oficina de Relaciones Internacionales, encargada de la atención al alumnado internacional tanto Incoming como Outgoing en todos estos programas y, especialmente dedicada a la gestión y cumplimiento de los procesos de movilidad internacional del alumnado de nuestros grados y máster universitarios.

Por tanto, es responsabilidad de este Vicerrectorado colaborar activamente para favorecer la construcción de un nuevo espacio europeo y cumplir así uno de los objetivos de la política general de la Universidad. Para ello, facilita información y asesoramiento a la comunidad universitaria sobre las diferentes acciones de formación en el ámbito internacional de la educación superior y gestiona y desarrolla los programas, tanto internacionales como nacionales, de movilidad de estudiantes y profesores. En la página web de la Universidad, se puede encontrar toda la información referente a la movilidad en el ámbito universitario

ESIC Universidad participa activamente en los programas de movilidad del alumnado tanto a nivel internacional como nacional y dispone de la ECHE con código Erasmus E MADRID232. https://www.esic.edu/sites/default/files/2022-02/ECHE_ESIC_University.pdf

La Universidad, dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), participa en el Programa de Aprendizaje Permanente # **Erasmus+** (*Life-long Learning Programme* - Erasmus). Dentro de este programa se han firmado acuerdos con las mejores universidades europeas. Y ESIC Universidad, en cumplimiento con los nuevos criterios de garantía de calidad exigidos por la Comisión Europea, desarrolla todo el proceso en el entorno digital, a través de la Plataforma EWP (Erasmus without Papers). El procedimiento de reconocimiento de créditos está regulado por la normativa del programa, y se basa en la firma de acuerdos académicos que vinculan a tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumnado. El reconocimiento de créditos es automático, pues todas las instituciones participantes en el programa utilizan el sistema ECTS como referencia académica, y se cumplen con los procesos de aseguramiento de la calidad a través de la firma de los correspondientes #learning agreements# que pueden ser consultados en todo momento a través de la plataforma EWP.

Erasmus+ es el programa de la UE para apoyar la educación, la formación, la juventud y el deporte en Europa. Y para el período 2021-2027, el programa hace especial hincapié en la inclusión social, las transiciones ecológica y digital, y el fomento de la participación de las personas jóvenes en la vida democrática.

Apoya las prioridades y actividades establecidas en el Espacio Europeo de Educación, el Plan de Acción de Educación Digital y la Agenda de Capacidades Europea. El programa también apoya el pilar europeo de derechos sociales, aplica la Estrategia de la UE para la Juventud 2019-2027, y desarrolla la dimensión europea del deporte.

ESIC Universidad, tomando en consideración la importancia de la experiencia internacional para el alumnado mantiene igualmente acuerdos académicos internacionales con instituciones de educación superior fuera del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), desarrollando programas de movilidad del alumnado fuera del Programa Erasmus, a través de los Programas Propios de ESIC Universidad, Global Terra y Munde.

Los convenios de Movilidad Internacional de ESIC Universidad se detallan más adelante

Por otra parte, a través de ESIC Idiomas se fomenta el estudio y la práctica de las lenguas extranjeras entre los alumnos, el profesorado, y todo el personal de la Universidad, así como entre todas aquellas personas mayores de edad interesadas en el aprendizaje de idiomas modernos. Todos los programas de los cursos organizados por ESIC Idiomas corresponden a las directrices de los niveles de competencia lingüística recogidos en el documento del Consejo de Europa denominado: #El Marco Común de Referencia para las Lenguas#. Por lo tanto, estos cursos están orientados a:

Una mejor competencia lingüística del alumnado



La preparación de exámenes oficiales

La promoción de la movilidad universitaria internacional

Los estudiantes podrán disfrutar los programas de movilidad ofertados por ESIC Universidad hasta un semestre, equivalente a 30 ECTS.

El alumnado deberá poseer un conocimiento suficiente de la lengua exigida en la plaza correspondiente. En este sentido, se establece como requisito imprescindible para optar a una plaza de movilidad estar en posesión y poder acreditar un nivel C1 como mínimo.

EVALUACIÓN DE LAS ACCIONES DE MOVILIDAD

Las acciones de movilidad poseen mecanismos de evaluación que pueden diferir de unas a otras. De manera común a todos los programas, la Oficina de Relaciones Internacionales de ESIC Universidad realiza un exhaustivo seguimiento del mismo, mediante la realización de encuestas a los alumnos tanto de acogida como propios. Además, también desde el Servicio de Relaciones Internacionales, se organizan visitas a las Universidades con las que se tiene convenio con el fin de garantizar y evaluar la calidad de las mismas.

En lo relativo a mecanismos concretos, el Programa Erasmus de la Unión Europea posee su propio mecanismo de evaluación, mediante el análisis y control de algunos destinatarios del programa elegidos a partir de un muestreo aleatorio realizado por el Organismo Autónomo de Programas Europeos (externo a la Universidad).

Además, todos los beneficiarios de acciones de movilidad relacionadas con la titulación responden un cuestionario que posteriormente es evaluado por la Comisión para la Garantía de la Calidad. De este modo, se valoran especialmente las propuestas tanto de los alumnos propios como de los alumnos de acogida para la revisión y mejora del desarrollo del plan de estudios.

MECANISMOS DE ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS

La titulación dispone de dos Gestores de Intercambio Académico que se encargan de garantizar el mecanismo de asignación de créditos.

En el caso del Programa Erasmus+, tal y como ya se ha mencionado, el procedimiento de reconocimiento de créditos está regulado por la normativa del programa, y se basa en la firma de acuerdos académicos que vinculan a tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumno. El reconocimiento de créditos es automático, pues todas las instituciones participantes en el programa utilizan el sistema ECTS como referencia académica. En este caso, los Gestores Docentes se encargan de orientar y ayudar a los alumnos a elegir correctamente las asignaturas, en coordinación con su contraparte en las Universidades extranjeras.

En el caso del programa MUNDE, dado que las instituciones externas son todas ajenas al sistema ECTS, el mecanismo consiste también en evaluar la carga de trabajo en créditos ECTS de los cursos de las instituciones externas y, en base a esta evaluación, determinar la asignación correcta de créditos. De esta asignación y evaluación se encargan también los Gestores Docentes. Una vez determinada la equivalencia, se firma un acuerdo académico que vincula a las tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumno.

MECANISMOS DE APOYO A LOS ALUMNOS EN MOVILIDAD

Toda la información relativa a programas de movilidad se encuentra disponible en la página Web de la Universidad. Además, ESIC Universidad cuenta con una Oficina de Relaciones Internacional. Desde esta oficina se da soporte administrativo a los alumnos. Este soporte incluye información sobre convenios, becas, seguros, etc. El soporte académico lo proporcionan los Gestores de intercambio (Outgoing Managers), que proporcionan a los alumnos información sobre posibles destinos, perfiles de los destinos y adecuación de los alumnos a los perfiles. Así mismo se ofrece un apoyo y seguimiento personalizado e individualizado a los colectivos en condiciones específicas tal y como recoge la Estrategia de Inclusión y Diversión del Programa Erasmus+ para el periodo 2021-2027: http://sepie.es/doc/convocatoria/2023/estrategia_de_inclusion_y_diversidad_del_sepie.pdf

AYUDAS A LA MOVILIDAD

Todos los programas son cofinanciados por la Universidad. El Programa Erasmus+ dispone de organismos o instituciones externas que proporcionan ayudas financieras adicionales a los alumnos: Ministerio de Universidades, Unión Europea, Santander Universidades y la Comunidad de Madrid.

El programa MUNDE es financiado por la Universidad y sus beneficiarios pueden además optar a becas del Banco de Santander.

A continuación, se detallan las Universidades con las que ESIC Universidad tiene convenio para que el alumnado del Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías pueda realizar algún programa de movilidad.

PAIS	INSTITUCIÓN
ARGENTINA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA ARGENTINA
CHILE	UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
GRECIA	UNIVERSITY OF THE AEGEAN
GRECIA	UNIVERSITY OF WEST ATTICA
ITALIA	LIBERA UNIVERSITA DI LINGUA E COMUNICAZIONE-IULM
ITALIA	UNIVERSITA DEGLI STUDI DI TERAMO
MÉXICO	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA
PUERTO RICO	UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
URUGUAY	UNIVERSIDAD ORT URUGUAY



Políticas de Movilidad Internacional: https://www.esic.edu/sites/default/files/2022-02/ESIC_erasmus_policy.pdf

Más información sobre la movilidad: <https://www.esic.edu/university/internacional>

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS		
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 4: Anexo 1.		
4.1 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Metodología e Investigación en Ciencias de la Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO3 - Conocer en profundidad las herramientas de valoración de marcas y medición de audiencias que aportan las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación empresarial. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Dominar los códigos y términos propios de la comunicación convencional y digital, de las organizaciones con la sociedad. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO7 - Conocimientos avanzados en estrategias de investigación basadas en el contexto tecnológico actual y en el ámbito de la Comunicación y la Publicidad. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las herramientas necesarias que permitan, de manera autónoma, recrear todo el proceso de producción de los mensajes publicitarios, desde la generación de la idea hasta el momento de su difusión y posterior seguimiento, promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA5 - Interpretar datos de las investigaciones para elaborar informes con el grado de especialización adecuado según el público al que va dirigido. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA7 - Formular propuestas estratégicas de investigación, de acuerdo con el contexto tecnológico actual y en el ámbito de la Comunicación y la Publicidad. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Empresa y Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO11 - Conocer en profundidad los conceptos y aspectos legales que engloban la jurisprudencia aplicada al sector, prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Dominar los códigos y términos propios de la comunicación convencional y digital, de las organizaciones con la sociedad. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias		
HA1 - Planificar, dirigir, coordinar y gestionar eficazmente la comunicación interna y la de crisis. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA6 - Detectar las necesidades que pueden tener las organizaciones para mejorar sus modelos de gestión comunicativa. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA7 - Formular propuestas estratégicas de investigación, de acuerdo con el contexto tecnológico actual y en el ámbito de la Comunicación y la Publicidad. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Dirección de Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
9		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO1 - Conocer las funciones de la Dirección de Comunicación, desde la dirección de proyectos a la gestión de empresas, sus resultados, así como las responsabilidades en torno a los activos intangibles, como la sostenibilidad, la comunicación interna o la responsabilidad social corporativa. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO10 - Conocer la funcionalidad de las herramientas y programas digitales que complementan los conocimientos adquiridos en el título. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO11 - Conocer en profundidad los conceptos y aspectos legales que engloban la jurisprudencia aplicada al sector, prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Dominar los códigos y términos propios de la comunicación convencional y digital, de las organizaciones con la sociedad. TIPO: Conocimientos o contenidos		



CO5 - Conocer en profundidad los diferentes entornos en el contexto publicitario e institucional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO6 - Conocimiento avanzando de las diferentes fases del proceso de una adecuada planificación publicitaria. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer los modelos de liderazgo, así como las diferentes fases en un proceso de negociación y las nuevas tendencias basadas en la inteligencia emocional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP1 - Trabajar en equipo y en un entorno multidisciplinar con el objetivo concreto de crear y desarrollar una campaña de comunicación integral. TIPO: Competencias		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias		
HA1 - Planificar, dirigir, coordinar y gestionar eficazmente la comunicación interna y la de crisis. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Dominar las habilidades necesarias para que un Director de Comunicación pueda elaborar y tomar decisiones estratégicas y tácticas en los diferentes entornos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Analizar los retornos de la inversión publicitaria y conocimiento de las actuales fuentes de financiación, tanto públicas como privadas, nacionales o internacionales. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Habilidades Directivas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO9 - Conocer los modelos de liderazgo, así como las diferentes fases en un proceso de negociación y las nuevas tendencias basadas en la inteligencia emocional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP1 - Trabajar en equipo y en un entorno multidisciplinar con el objetivo concreto de crear y desarrollar una campaña de comunicación integral. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Dominar las habilidades necesarias para que un Director de Comunicación pueda elaborar y tomar decisiones estratégicas y tácticas en los diferentes entornos. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA4 - Sintetizar toda la información y conocimientos adquiridos a lo largo del Máster, generando documentación propia del lenguaje publicitario, de marketing, Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Comunicación 360º: Corporativa, Digital y de Crisis		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO11 - Conocer en profundidad los conceptos y aspectos legales que engloban la jurisprudencia aplicada al sector, prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO2 - Conocer y manejar las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de mensajes eficaces relacionados con la comunicación publicitaria y de las organizaciones. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Dominar los códigos y términos propios de la comunicación convencional y digital, de las organizaciones con la sociedad. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP1 - Trabajar en equipo y en un entorno multidisciplinar con el objetivo concreto de crear y desarrollar una campaña de comunicación integral. TIPO: Competencias		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias		
HA1 - Planificar, dirigir, coordinar y gestionar eficazmente la comunicación interna y la de crisis. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Dominar las habilidades necesarias para que un Director de Comunicación pueda elaborar y tomar decisiones estratégicas y tácticas en los diferentes entornos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Comunicación Publicitaria		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO10 - Conocer la funcionalidad de las herramientas y programas digitales que complementan los conocimientos adquiridos en el título. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO11 - Conocer en profundidad los conceptos y aspectos legales que engloban la jurisprudencia aplicada al sector, prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO2 - Conocer y manejar las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de mensajes eficaces relacionados con la comunicación publicitaria y de las organizaciones. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO3 - Conocer en profundidad las herramientas de valoración de marcas y medición de audiencias que aportan las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación empresarial. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO5 - Conocer en profundidad los diferentes entornos en el contexto publicitario e institucional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO6 - Conocimiento avanzando de las diferentes fases del proceso de una adecuada planificación publicitaria. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO7 - Conocimientos avanzados en estrategias de investigación basadas en el contexto tecnológico actual y en el ámbito de la Comunicación y la Publicidad. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP1 - Trabajar en equipo y en un entorno multidisciplinar con el objetivo concreto de crear y desarrollar una campaña de comunicación integral. TIPO: Competencias		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Dominar las habilidades necesarias para que un Director de Comunicación pueda elaborar y tomar decisiones estratégicas y tácticas en los diferentes entornos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las herramientas necesarias que permitan, de manera autónoma, recrear todo el proceso de producción de los mensajes publicitarios, desde la generación de la idea hasta el momento de su difusión y posterior seguimiento, promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Sintetizar toda la información y conocimientos adquiridos a lo largo del Máster, generando documentación propia del lenguaje publicitario, de marketing, Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Analizar los retornos de la inversión publicitaria y conocimiento de las actuales fuentes de financiación, tanto públicas como privadas, nacionales o internacionales. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Tecnologías para la Información, el Marketing y la Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	9	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO10 - Conocer la funcionalidad de las herramientas y programas digitales que complementan los conocimientos adquiridos en el título. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO2 - Conocer y manejar las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de mensajes eficaces relacionados con la comunicación publicitaria y de las organizaciones. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Dominar los códigos y términos propios de la comunicación convencional y digital, de las organizaciones con la sociedad. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO6 - Conocimiento avanzando de las diferentes fases del proceso de una adecuada planificación publicitaria. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO7 - Conocimientos avanzados en estrategias de investigación basadas en el contexto tecnológico actual y en el ámbito de la Comunicación y la Publicidad. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO8 - Conocimientos avanzados en Marketing Digital y publicidad interactiva, así como de los métodos avanzados en marketing y las tendencias en comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Dominar las habilidades necesarias para que un Director de Comunicación pueda elaborar y tomar decisiones estratégicas y tácticas en los diferentes entornos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las herramientas necesarias que permitan, de manera autónoma, recrear todo el proceso de producción de los mensajes publicitarios, desde la generación de la idea hasta el momento de su difusión y posterior seguimiento, promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Sintetizar toda la información y conocimientos adquiridos a lo largo del Máster, generando documentación propia del lenguaje publicitario, de marketing, Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Seminarios y Conferencias		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO1 - Conocer las funciones de la Dirección de Comunicación, desde la dirección de proyectos a la gestión de empresas, sus resultados, así como las responsabilidades en torno a los activos intangibles, como la sostenibilidad, la comunicación interna o la responsabilidad social corporativa. TIPO: Conocimientos o contenidos		



CO11 - Conocer en profundidad los conceptos y aspectos legales que engloban la jurisprudencia aplicada al sector, prestando especial interés en aquellas competencias básicas para el ejercicio profesional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO2 - Conocer y manejar las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de mensajes eficaces relacionados con la comunicación publicitaria y de las organizaciones. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
HA2 - Dominar las habilidades necesarias para que un Director de Comunicación pueda elaborar y tomar decisiones estratégicas y tácticas en los diferentes entornos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Sintetizar toda la información y conocimientos adquiridos a lo largo del Máster, generando documentación propia del lenguaje publicitario, de marketing, Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO2 - Conocer y manejar las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de mensajes eficaces relacionados con la comunicación publicitaria y de las organizaciones. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP1 - Trabajar en equipo y en un entorno multidisciplinar con el objetivo concreto de crear y desarrollar una campaña de comunicación integral. TIPO: Competencias		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
CP4 - Desarrollar una alta capacidad de resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas e innovadoras en la comunicación empresarial. TIPO: Competencias		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las herramientas necesarias que permitan, de manera autónoma, recrear todo el proceso de producción de los mensajes publicitarios, desde la generación de la idea hasta el momento de su difusión y posterior seguimiento, promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Sintetizar toda la información y conocimientos adquiridos a lo largo del Máster, generando documentación propia del lenguaje publicitario, de marketing, Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA5 - Interpretar datos de las investigaciones para elaborar informes con el grado de especialización adecuado según el público al que va dirigido. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA6 - Detectar las necesidades que pueden tener las organizaciones para mejorar sus modelos de gestión comunicativa. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		



CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO2 - Conocer y manejar las herramientas tecnológicas necesarias para la edición de mensajes eficaces relacionados con la comunicación publicitaria y de las organizaciones. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP1 - Trabajar en equipo y en un entorno multidisciplinar con el objetivo concreto de crear y desarrollar una campaña de comunicación integral. TIPO: Competencias		
CP2 - Diseñar estrategias de comunicación y publicidad alineadas a los objetivos organizacionales, basadas en los principios y valores democráticos promoviendo empresas eficaces, responsables e inclusivas. TIPO: Competencias		
CP3 - Incorporar los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento en los argumentos, producciones y toma de decisiones. TIPO: Competencias		
HA10 - Desarrollar, defender y argumentar un Trabajo Fin de Máster. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA11 - Comunicar de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, las conclusiones procedentes de las investigaciones realizadas en el ámbito de la Comunicación, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Sintetizar toda la información y conocimientos adquiridos a lo largo del Máster, generando documentación propia del lenguaje publicitario, de marketing, Relaciones Públicas y nuevas tecnologías. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA5 - Interpretar datos de las investigaciones para elaborar informes con el grado de especialización adecuado según el público al que va dirigido. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos de la comunicación convencional (off-line) y digital (on-line). TIPO: Habilidades o destrezas		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2		
4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES		
ACTIVIDADES FORMATIVAS		
AF1 Clases teórico-prácticas con análisis y desarrollo de casos de empresas reales.		
AF2 Estudio del alumno		
AF3 Asistencia a seminarios y conferencias orientados a estos conocimientos.		
AF4 Preparación de Casos individuales		
AF5 Preparación de Casos grupales		
AF6 Presentación y Defensa		
AF7 Tutorías con Tutor Empresa		
AF8 Tutorías con Tutor Académico		
AF9 Elaboración del Trabajo Fin de Máster		
AF10 Trabajo Formativo en una Organización		
AF11 Elaboración de la Memoria de Prácticas Académicas Externas		
METODOLOGÍAS DOCENTES		
M01 Clases Magistrales que fomentan la discusión oral y escrita de los problemas planteados propios de cada módulo.		



M02 Clases prácticas sobre el uso de herramientas relacionadas con el objeto de estudio.

M03 Casos de estudio de forma individualizada. Aprendizaje a través del método del caso.

M04 Casos de estudio con resolución en grupo, que fomentan la discusión oral y escrita de los problemas de la empresa y su entorno. Aprendizaje a través del método del caso. Aprendizaje a través del trabajo en grupo.

M05 Exposición de trabajos en clase de forma individual.

M06 Exposición de trabajos en clase en grupo. Aprendizaje a través del método del caso. Aprendizaje a través del trabajo en grupo.

M07 Prácticas en empresa. Aplicación de conceptos a la realidad empresarial, ajenos al entorno académico. A cada alumno se le asigna un tutor encargado de facilitar, orientar y evaluar la estancia del alumno en la empresa.

M08 Metodología aplicada a Seminarios y Conferencias.

M09 Aprendizaje a través de un caso final. Aprendizaje a través del trabajo en grupo. Aprendizaje a través de la presentación del caso final.

4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

E01 Asistencia y participación en clase

E02 Resolución de casos individuales y/o grupales

E03 Presentación de casos individuales y/o grupales

E04 Elaboración y Defensa del Trabajo Final

E05 Asistencia a seminarios y conferencias orientados hacia esos contenidos

E06 Evaluación Tutor Empresa

E07 Evaluación Tutor Académico

4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO
Ver Apartado 5: Anexo 1.
OTROS RECURSOS HUMANOS
Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2021
Ver Apartado 7: Anexo 1.	
7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No procede.	
7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD	
ENLACE	https://www.esic.edu/calidad/
8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA	
<p>Tal y como se hace en el resto de las titulaciones de ESIC Universidad en la página web de la universidad, dentro del apartado programas, se encontrará una ficha vinculada a la titulación:</p> <p>https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-comunicacion-y-nuevas-tecnologias-dcnt</p>	
8.3 ANEXOS	
Ver Apartado 8: Anexo 1.	

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
RECTOR	RAMÓN	ARILLA	LLORENTE
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Camino Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	FAX		
ramon.arilla@esic.university			
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
PRESIDENTE	EDUARDO	GÓMEZ	MARTÍN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Camino Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	FAX		
director.general@esic.edu	913528534		
SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
PRESIDENTE	EDUARDO	GÓMEZ	MARTÍN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO



Camino Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	FAX		
director.general@esic.edu	913528534		



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1.10 Justificacion_DCNT_m_2a.pdf

HASH SHA1 :77BC5435ADDA809140AB33B89424DF4CFC14516E

Código CSV :753620076304604463229324

Ver Fichero: 1.10 Justificacion_DCNT_m_2a.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4 Planificacion Enseñanzas_DCNT_m_2a.pdf

HASH SHA1 :F1B6637FB8257C2BA7C9E15538996C2C4D228377

Código CSV :753621832989696777524242

Ver Fichero: 4 Planificacion Enseñanzas_DCNT_m_2a.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5 Profesorado_DCNT_m_a.pdf

HASH SHA1 :B5994536B6D5ABCFF12E6C710878F1364AAA1F64

Código CSV :738204425911682170049777

Ver Fichero: 5 Profesorado_DCNT_m_a.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :6.2 Otros rrhh.pdf

HASH SHA1 :E9580CDD271ACFC95F6C430E9DB2730EF5277B45

Código CSV :340510161245725796160702

Ver Fichero: 6.2 Otros rrhh.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6 Recursos Materiales_DCNT_m_2a.pdf

HASH SHA1 :A987863533611635F7499E6A692BF2402F6F2E85

Código CSV :753796406195077587976794

Ver Fichero: 6 Recursos Materiales_DCNT_m_2a.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7.1 Cronograma de implantacion_DCNT_m_2a.pdf

HASH SHA1 :7DBFABF6807A5F4151CE8391D651B9DD2A82B8AB

Código CSV :753945181605880810372641

Ver Fichero: 7.1 Cronograma de implantacion_DCNT_m_2a.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.3 Anexos_DCNT_m_2a.pdf

HASH SHA1 :B3D87851F30AE3338DC26E3716E642A077A773A4

Código CSV :753624131052769880688177

Ver Fichero: 8.3 Anexos_DCNT_m_2a.pdf



