

CURSO 2026/27

**Información de las asignaturas:
Horarios y aulas**



Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

**PROGRAMACIÓN DOCENTE DEL MÁSTER EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E
INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN**

MÓDULO COMÚN:

Todas las asignaturas del módulo común se impartirán en el **Seminario 0.5** (Edificio Multiusos).

- **MÓDULO ESPECÍFICO: TRANSVERSAL**

Todas las asignaturas del módulo específico se impartirán en el **Seminario 0.5** (Edificio Multiusos).

- **MÓDULO ESPECÍFICO: INSTITUCIONAL**

Todas las asignaturas del módulo específico se impartirán en el **Seminario 0.5** (Edificio Multiusos).

- **MÓDULO ESPECÍFICO: EMPRESARIAL**

Todas las asignaturas del módulo específico se impartirán en el **Seminario 0.5** (Edificio Multiusos).

- **MÓDULO ESPECÍFICO: SOCIAL**

Todas las asignaturas del módulo específico se impartirán en el **Seminario 0.5** (Edificio Multiusos).

Nota: Las fechas de las sesiones de los ponentes externos podrán modificarse por necesidades sobrevenidas en la agenda de los mismos, ajenas a la voluntad del coordinador /a de cada asignatura. En este caso, se avisará al alumnado.

MODULO COMÚN

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	MÓDULO COMÚN		
MATERIA:	METODOLOGÍA GENERAL	CÓDIGO:	1364001
COORDINADORA	DRA. D^a. EVA BERMÚDEZ FIGUEROA		
OBJETIVOS	En el proceso de aprendizaje los estudiantes obtendrán los siguientes resultados de aprendizaje: · Conocer el proceso de toda investigación científica · Analizar problemas complejos, desagregarlos y formular aproximaciones de resolución · Saber exponer la metodología utilizada en la investigación científica · Diferenciar entre las diferentes herramientas y técnicas de análisis científico Manejar con soltura y a nivel experto las herramientas de información de búsqueda en Comunicación más importantes hoy día disponibles, desde las bases de datos a los diferentes tipos de herramientas de búsqueda disponibles en Internet. · Capacidad de comunicar de forma efectiva los resultados de investigación		
CONTENIDOS	1. El conocimiento científico y la investigación: característica de la investigación científica, formas y tipos de investigación, la investigación cualitativa y cuantitativa, importancia y utilidad de la investigación 2. Metodologías de investigación. Tipos de metodología. Metodologías descriptivas. Metodología experimental. 3. Estudios de tipo experimental. Noción de diseño. La validez y sus conceptos: error, representación y generalización, comparación y control. Tipos de diseño: no experimentales (seccionales, longitudinales, comparativos), pre-experimentales (con una sola medición, pretest y posttest), cuasiexperimentales (series cronológicas y muestra cronológicas), diseños experimentales (de grupo de control con pre y posttest, con muestras distintas y varios niveles de la variable experimental). 4. La medida de la investigación. Cuaderno y recogida de datos. La medida de los conceptos. Tipos de media. Escalas de medida. 5. Análisis estadístico de datos. Estadística descriptiva y análisis numérico. Medidas de tendencia central (media, mediana y moda), medidas de dispersión (amplitud, desviación media, varianza, desviación típica). Estadística inferencial: inferencia estadística, pruebas de relación, coeficiente de Pearson, correlación de Spearman, comparación de datos cuantitativos		

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60%

Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%

Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos

GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
GENERAL	CG6	Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas
BASICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
ESPECIFICA	CE 1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECIFICA	CE 7	Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
----------	-------	--------------------------	---------------------	---------

S1	19/11/2026	. El proyecto de investigación. Conceptos básicos y metodología	Eva Bermúdez Figueroa	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	24/11/2026	Objeto de estudio, objetivos e hipótesis	Eva Bermúdez Figueroa	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	25/11/2026	Metodologías de investigación	Eva Bermúdez Figueroa	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	30/11/2026	Metodologías participativas	Eva Bermúdez Figueroa	16:00-18:00
S8				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	MÓDULO COMÚN		
MATERIA:	COMUNICACIÓN, CULTURA DIGITAL E INNOVACIÓN	CÓDIGO:	1364002

COORDINADOR	DRA. D^a. LUCÍA BENÍTEZ EYZAGUIRRE
OBJETIVOS	La asignatura busca sentar ciertas bases esenciales para el conocimiento de los fenómenos comunicacionales y culturales de nuestros días, examinando las bases que condicionan la cultura y la comunicación en los contextos de la Modernidad y la Postmodernidad, así como los actores y elementos principales que en esos fenómenos intervienen.
CONTENIDOS	1. Los contextos de la Modernidad y la Postmodernidad: funciones y esferas culturales. 2. Poder y mercado, usuarios y cyborgs. Actores, discursos. 3. La cultura digital: elementos y conceptos. 4. Canon, Modernidad y Postmodernidad: teoría y crítica del texto cultural y creativo. 5. Globalización, Comparatismo y Cultura española: mitos culturales e invención estética.
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10% La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura. Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido. *Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones: 1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
GENERAL	CG6	Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Adaptación a nuevas situaciones y aprendizaje autónomo

TRANSVERSAL	CT3	Capacidad de organización y planificación
ESPECIFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECIFICA	CE2	Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales.
ESPECIFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECIFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	01/12/2026	Cultura digital: evolución, conceptos y elementos- Casos de estudio: Wikipedia y conocimiento colaborativo, TikTok y producción cultural algorítmica, Inteligencia artificial generativa, Software libre y cultura open source.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S2		Práctica: Análisis crítico de plataformas y prácticas culturales digitales. Modelo cultural y económico. Participación y producción de contenidos. Algoritmos y visibilidad. Producción de identidades y subjetividades. Impactos sociales y culturales..		18:30-20:30

S3	02/12/2026	Comunicación y medios en el mundo digital y en las transformaciones económicas, sociales y políticas. Plataformas digitales y capitalismo de la atención. Algoritmos, visibilidad y poder. Influencers y nuevos intermediarios. Gobernanza de plataformas y soberanía digital.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S4		Práctica: Laboratorio de análisis digital. Análisis crítico de contenidos digitales. Narrativas y marcos discursivos. Estrategias visuales y emocionales. Viralidad y engagement.		18:30-20:30
S5	03/12/2026	Las sociedades conectadas, las redes y la innovación. Comunidades digitales y cultura colaborativa. Innovación abierta y conocimiento distribuido. Casos de estudio #MeToo y activismo feminista digital. Wikipedia y producción colaborativa. Comunidades open source.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S6		Práctica: Taller de innovación colaborativa Diseño de una iniciativa digital colaborativa. Identificar una problemática social o cultural. Diseñar una estrategia participativa digital. Definir plataformas y públicos. Incorporar estrategias de sostenibilidad.		18:30-20:30
S7	09/12/2026	Nuevos formatos, estéticas y prácticas de la comunicación digital: actores y discursos Comunicación transmedia. Storytelling digital. Memes y cultura visual. Cultura influencer y economía de la visibilidad.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S8		Casos de estudio: TikTok como lenguaje cultural. Podcasts y narrativas sonoras. VTubers e identidades virtuales. IA generativa y creatividad automatizada.		18:30-20:30

S9	10/12/2026	Virtualización, creatividad e innovación disruptiva Casos de estudio ChatGPT y creación automatizada. Deepfakes y manipulación audiovisual. Realidad virtual y aumentada. Arte generado por inteligencia artificial. Gemelos digitales y simulación. Práctica: Diseño de escenarios futuros sobre comunicación digital y cultura	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	MÓDULO COMÚN		
MATERIA:	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y ESPACIO PÚBLICO EN LA UE	CÓDIGO:	1364003
COORDINADOR	DRA. D^a. NAZARET CASTRO		

OBJETIVOS	La asignatura se centrará en el estudio y análisis de las políticas públicas de comunicación emanadas por las instituciones europeas e implementadas en el espacio político de la UE. La aplicación de las metodologías anteriormente expuestas permitirá obtener aprendizajes significativos y relevantes, capaces de inducir nuevos aprendizajes aplicables a contenidos y a contextos relacionados. Ante todo, los objetivos principales de la asignatura se centran en el conocimiento de las políticas públicas de comunicación emanadas de las instituciones europeas, y su implementación en el espacio de la UE, que son fundamentales en un máster de Periodismo y Comunicación especializado en la Unión Europea.
CONTENIDOS	Las clases teóricas establecerán el marco conceptual de la asignatura, deteniéndose sobre todo en el derecho a la información y a la libertad de expresión en la UE; la política audiovisual y de los medios de comunicación en la UE: la Directiva de TV sin fronteras (1989), la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (2007 y 2010); la Sociedad de la Información en la UE: eEurope (2002 y 2005) e i2010; las políticas de alfabetización mediática; la ciudadanía europea y la participación política; la opinión pública europea el Eurobarómetro. Etc. El análisis y discusión sobre estas directivas y actuaciones se complementará con la necesaria contextualización social, política y cultural de las mismas. Las clases prácticas, por su parte, consistirán en el análisis de documentación europea sobre la materia, y en la localización y uso de fuentes complementarias. Además de la normativa antes citada, se pueden señalar otros documentos y organismos de interés: Tratado de Funcionamiento de la UE, Carta Europea de Derechos Fundamentales, Libro Blanco sobre una política europea de comunicación (2006), Fundación Europea para la Sociedad de la Información, etc.
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10% La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura. Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:		
COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos
BASICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BASICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que la sustentan –a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
TRANSVERSAL	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
TRANSVERSAL	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECIFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

	CE10	Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación.
--	------	---

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE				
SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	13/01/2027	. Derecho a la información y libertad de expresión en la UE. Opinión pública internacional. Caso de estudio: estrategias frente a la desinformación	Nazaret Castro	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	14/01/2027	Política audiovisual y de los medios de comunicación en la UE. Alfabetización mediática. Caso de estudio: legislación europea y capitalismo de plataformas	Nazaret Castro	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	18/01/2027	Políticas de comunicación de la UE: estrategias y herramientas. Eurobarómetro. Participación política de la ciudadanía europea. Actividad: reflexión en torno a casos de comunicación y campañas	Nazaret Castro	16:00-18:00
S6				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	MÓDULO COMÚN		
MATERIA:	SEMINARIO TENDENCIAS AVANZADAS EN COMUNICACIÓN	CÓDIGO:	1361004
COORDINADOR	DR. D. ANTONIO MACARRO TOMILLO		
OBJETIVOS	Conocimiento del estado de la cuestión en los respectivos campos disciplinares de la comunicación estratégica, la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación audiovisual, atendiendo especialmente a los avances teóricos, metodológicos y tecnológicos emergentes en el ámbito de la investigación y la práctica profesional. Asimismo, se persigue capacitar al alumnado para interpretar críticamente las transformaciones derivadas de la digitalización, la inteligencia artificial, el Big Data y las nuevas dinámicas comunicativas en contextos organizacionales y sociales complejos.		
CONTENIDOS	Mediante Seminarios se presentarán resultados de investigaciones y avances teóricos y metodológicos conforme a los siguientes ámbitos • Tendencias avanzadas en periodismo y comunicación digital. • Tendencias avanzadas en comunicación audiovisual y narrativas transmedia. • Tendencias avanzadas en publicidad, comunicación estratégica y relaciones públicas. • Innovación tecnológica aplicada a la comunicación organizacional y publicitaria. • Inteligencia artificial, automatización y análisis de datos en comunicación. • Plataformas digitales, algoritmos y ecosistemas mediáticos emergentes. • Comunicación remota, colaboración virtual y transformación digital de las organizaciones. • Metodologías ágiles y gestión de proyectos de comunicación. • Ética, privacidad y desafíos regulatorios en entornos digitales. • Tendencias emergentes en investigación aplicada en comunicación.		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	El alumnado deberá realizar una actividad teórico-práctica orientada al análisis crítico y aplicado de alguna de las tendencias abordadas durante las sesiones presenciales, poniendo de manifiesto la adquisición de competencias investigadoras, analíticas y estratégicas vinculadas a la materia. La calificación final se estructurará del siguiente modo: • Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60%		

- Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%
- Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 1,5 sesión de las 2 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con el coordinador de la asignatura en un plazo establecido.

La evaluación tendrá especialmente en consideración:

- La capacidad de contextualización crítica de los fenómenos comunicativos analizados.
- La integración de perspectivas teóricas y metodológicas.
- La aplicación de herramientas y enfoques innovadores en comunicación.
- La capacidad reflexiva, argumentativa y de juicio crítico.
- El dominio conceptual y terminológico de la materia.

Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes:

Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.
2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:		
COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones
GENERAL	CG6	Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional.
ESPECÍFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECÍFICA	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECÍFICA	CE10	Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación
ESPECÍFICA	CE11	Capacidad para profundizar en la innovación y las tecnologías de la comunicación aplicadas a la comunicación publicitaria y estratégica.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	23/11/2026	Panorama actual de la comunicación y transformación digital. Evolución de la comunicación estratégica en la era digital. Plataformas, algoritmos y nuevos ecosistemas mediáticos. Impacto de la digitalización en organizaciones, medios y audiencias.	Antonio Macarro	16:00-18:00
S2		Inteligencia artificial, Big Data e innovación en comunicación. Aplicaciones de IA generativa en publicidad y comunicación estratégica. Automatización, análisis de datos y nuevas herramientas digitales. Debate ético y desafíos regulatorios.		18:30-20:30
S3	26/11/2026	Comunicación organizacional, trabajo colaborativo y gestión de proyectos. Comunicación remota y entornos híbridos. Herramientas digitales para coordinación y seguimiento de proyectos. Metodologías ágiles aplicadas a la comunicación.	Antonio Macarro	16:00-18:00
S4		Tendencias emergentes e investigación aplicada en comunicación. Nuevas narrativas audiovisuales y transmedia. Innovación en publicidad y relaciones públicas. Presentación y discusión crítica de casos y líneas de investigación emergentes.		18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	MÓDULO COMÚN		
MATERIA:	TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA	CÓDIGO:	1364005
COORDINADOR	DRA. DÑA. ESTHER SIMANCAS GONZÁLEZ		
OBJETIVOS	Elaborar una propuesta de trabajo de investigación con sus diferentes etapas y características. Conocer el lenguaje científico Aprender a realizar búsquedas de textos científicos y profesionales que apoyen la parte teórica de su investigación		
CONTENIDOS	Asignatura eminentemente práctica enfocada a aplicar los conceptos de la metodología. 1. La búsqueda de información científica. Bases y repositorios de investigaciones. Dialnet, Teseo. 2. Estructura de un trabajo científico o profesional. La introducción, la metodología, el estado de la cuestión, la investigación, las conclusiones, las fuentes, los anexos. 3. La introducción. Funciones y estructura. 4. La metodología. Redacción científica y sus relaciones con objetivos e hipótesis. 5. El estado de la cuestión como análisis de los referentes teóricos que sustentan la investigación. Sistema de citas europeo y sistema de citas anglosajón. Tipo y forma de las citas. Búsqueda de fuentes. 6. La investigación y su redacción. Los cuadros e imágenes de la investigación. 7. Las conclusiones. Estructura y redacción. 8. Ordenación de las fuentes. Redacción de las fuentes		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10% La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.		

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos.
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT2	Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de la ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
ESPECÍFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	22/02/2027	La entrevista. Exposición teórica acompañada de actividades de tipo práctico. La presentación del TFM.	Esther Simancas González	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	23/02/2027	La encuesta. SPSS. Exposición teórica acompañada de actividades de tipo práctico	Pedro Pablo Marín Dueñas	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	24/02/2027	Análisis de contenido. Exposición teórica, análisis de caso y actividad práctica evaluable	Guadalupe Meléndez González-Haba	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	02/03/2027	El focus group y la etnografía. Exposición teórica acompañada de actividades de tipo práctico	Paloma Sanz Marcos	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	25/02/2027	Metodología feminista. Exposición teórica acompañada de actividades de tipo práctico	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	MÓDULO COMÚN		
MATERIA:	MEDICIÓN Y EVALUACIÓN EN COMUNICACIÓN	CÓDIGO:	1364006
COORDINADOR	DR. D. FRANCISCO JAVIER GODOY MARTÍN		

OBJETIVOS	Tras cursar esta asignatura, el alumnado conocerá las principales técnicas de medición y evaluación en materia de comunicación. Para lograr tal fin se basará en la planificación estratégica como elemento rector de la comunicación organizacional, utilizando los métodos de evaluación y medición como herramientas integradas. Asimismo estará capacitado para medir y evaluar el impacto en la web 2.0. El objetivo general de la asignatura es formar en las técnicas e instrumentos propios de la medición y evaluación en comunicación, con especial interés en demostrar que incluso la comunicación de intangibles posee un aspecto totalmente tangible: el evaluativo.
CONTENIDOS	En el panorama actual las organizaciones cuentan un amplio abanico de herramientas para el desarrollo de su comunicación. Estas herramientas suponen la praxis conducente al cumplimiento de los objetivos comunicativos. En base a lo cual, la medición y la evaluación reviste importancia a la hora de definir la existencia tanto de las acciones concretas como del plan global de comunicación de la organización. La medición y la evaluación se encuentran por lo tanto inmersas en el aspecto metodológico de la gestión de comunicación, suponiendo un punto clave a la hora de plantear la estrategia comunicativa organizacional así como la elaboración y ejecución del plan de comunicación. En la actualidad comunicar y evaluar son dos aspectos que no se pueden separar por estar intrínsecamente ligados. Comunicar no excluye hacer seguimiento y viceversa, pues para conseguir una comunicación efectiva será necesario contar con los instrumentos que permitan identificar si esa comunicación es acertada o por lo contrario no contribuye a conseguir los objetivos organizacionales. 1. La comunicación como estrategia 2. Panorama actual de la medición en comunicación 3. La evaluación del plan estratégico 4. Métodos de evaluación y medición 5. La evaluación y medición en la web 2.0
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño y ejecución de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10% La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por el profesorado de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con el coordinador de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos
GENERAL	CG6	Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas
GENERAL	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

BASICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que la sustentan –a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
BASICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos
TRANSVERSAL	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
TRANSVERSAL	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación
TRANSVERSAL	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
TRANSVERSAL	CE7	Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno
TRANSVERSAL	CE8	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.
ESPECIFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica
ESPECIFICA	CE10	Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	21/04/2027	La comunicación como estrategia. Actividad/dinámica sobre el tema tratado en clase.	Francisco Javier Godoy	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	22/04/2027	Panorama actual de la medición en comunicación. Actividad/dinámica sobre el tema tratado en clase.	Francisco Javier Godoy	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	11/05/2027	La evaluación y medición en la web 2.0. Actividad/dinámica sobre el tema tratado en clase.	Francisco Javier Godoy	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	12/05/2027	La evaluación del plan estratégico. Presentación del trabajo de evaluación.	Antonio Castillo	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	13/05/2027	Métodos de medición y evaluación. Trabajo de evaluación.	Antonio Castillo	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

MÓDULOS ESPECÍFICOS

TRANSVERSAL

INSTITUCIONAL

EMPRESARIAL

SOCIAL

MODULO TRANSVERSAL

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	TRANSVERSAL		
MATERIA:	LIDERAZGO Y HABILIDADES DIRECTIVAS	CÓDIGO:	1364101
COORDINADOR	DRA. D^a. MARÍA DEL MAR BORNAY BARRACHINA		
OBJETIVOS	Tras cursar esta asignatura, el alumnado conocerá las principales técnicas de liderazgo organizacional. Estará en posesión de las herramientas necesarias para implementar coaching y generar un trabajo basado en el empowerment como arma de gestión. Así mismo dominará los modelos de toma de decisiones y la técnicas de negociación		
CONTENIDOS	Los nuevos modelos organizacionales han generado un nuevo modelo de liderazgo. El líder en la actualidad necesita desarrollar competencias personales y profesionales que le permitan dirigir equipos y hagan posible, mediante el trabajo colaborativo, el crecimiento de la organización. Esta asignatura define el marco de aprendizaje del líder para adquirir herramientas de cara a mejorar sus actitudes, aptitudes y habilidades directivas; y facilitar la generación de nuevos hábitos, que permitan la mejora del desempeño de la gestión directiva: estilos de liderazgo, la comunicación como poderosa herramienta, factores de motivación y desmotivación, etc.. En este sentido, la asignatura también abordará el Coaching, como factor clave de motivación en equipos de trabajo, así como la figura del Líder Coach. 1. El líder y los paradigmas organizacionales 2. Coaching. Competencias, habilidades e implementación 3. Engagement. Generación de compromiso interno 4. Empowerment. El modelo de equipo tradicional versus el equipo empowerment 5. Modelos gerenciales de toma de decisiones 6. La comunicación en la negociación. Técnicas de negociación.		

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60%

Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%

Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 1 clase o 2, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos

GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos
BASICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que la sustentan –a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
BASICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital..

TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional.
TRANSVERSAL	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales
TRANSVERSAL	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
TRANSVERSAL	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica
TRANSVERSAL	CE10	Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación
ESPECIFICA	CE1b	Dirección de Proyectos turísticos para alcanzar un desarrollo sostenible
ESPECIFICA	CE1c	Análisis de problemas socio-ambientales complejos
ESPECIFICA	CE1e	Desarrollo de métodos para alcanzar aptitudes sostenibles para una gestión empresarial Integral

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	27/10/2026	Liderazgo versus. Dirección. Desarrollo de presentaciones y dinámicas presenciales.	María del Mar Bornay Barrachina	16:00-18:00
S2				18:30-20:30

S3	28/10/2026	¿Cómo hablar en público? Desarrollo de presentaciones, y dinámicas presenciales.	Jaime Guerrero Villegas	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	29/10/2026	Equipos y Decisiones. Desarrollo de presentaciones y dinámicas presenciales.	María del Mar Bornay Barrachina	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	03/11/2026	Coaching Coaching en el ejercicio del liderazgo: competencias, habilidades e implementación. Desarrollo del Plan de Acción Profesional.	Ángela Periañez	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	04/11/2026	Coaching Gestión de Conflictos y Toma de Decisiones. Cuestionario TKI. Resolución de caso con técnica de resolución creativa.	Ángela Periañez	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	TRANSVERSAL		
MATERIA:	MARCA PERSONAL DIGITAL	CÓDIGO:	1364101
COORDINADOR	DRA. D^a. LUCÍA CARO CASTAÑO		
OBJETIVOS	El alumnado conocerá la profesión emergente de gestor de la marca personal o personal branding. En este sentido, sabrá utilizar las técnicas y herramientas (tradicionales o digitales) para gestionar la marca personal, ya sea la suya propia o la de aquellas personas que pudieran necesitar de estos servicios. Por ello, podrá ejercer como personal brand manager.		
CONTENIDOS	Esta profesión nace al gestionar la imagen de una persona como si de una organización o una marca se tratara. Es decir, estamos ante la gestión de imagen aplicada, en este caso, a personas en concreto. Porque las personas también necesitan gestionar su imagen personal, no únicamente quienes tienen una proyección pública (deportistas, políticos, etc.), sino cualquier individuo. Precisamente, el Personal Branding ha sido especialmente desarrollado por personas que buscaban empleo. Este nuevo profesional, especialista en la gestión de imagen de personas, utiliza las herramientas tradicionales de comunicación y, muy especialmente, las surgidas en el entorno digital, por lo que su trabajo está estrechamente ligado a la gestión de la marca digital personal. En esta asignatura se estudiará el fenómeno del <i>personal branding</i>, su evolución, las herramientas de gestión más habituales y cómo se ha convertido en una profesión emergente en la actualidad. 1. De la marca de organizaciones a la marca de personas 2. La figura del personal branding (gestor de marca personal) 3. Estrategias y técnicas de gestión del personal branding 4. Gestión digital de la marca personal 5. Estudios de caso		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%		

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.

GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el vavance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
GENERAL	CG6	Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECÍFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

	CE10	Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación.
--	------	---

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE				
SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	10/05/2027	.	Lucía Caro Castaño	16:00-18:00
S2		Introducción a las dinámicas del medio digital. Actividad de análisis sobre microcelebridades.		18:30-20:30
S3	03/05/2027	Conceptualización de la marca personal en el contexto de la cultura de la autopromoción y la comunicación estratégica. Actividad colectiva en torno a la identidad y la imagen individual.	Lucía Caro Castaño	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	04/05/2027	Estrategias y tácticas para la construcción y gestión de la marca personal. Presentación de un modelo de plan de comunicación para la marca personal. Actividad individual para explorar la propia marca personal.	Lucía Caro Castaño	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	05/05/2027	Marca Personal en LinkedIn	Teresa Suárez	16:00-18:00
S8				18:30-20:30

S9	06/05/2027	Revisión y corrección de proyectos personales para evaluación	Guadalupe Meléndez González-Haba	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

MÓDULO INSTITUCIONAL

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	INSTITUCIONAL		
MATERIA:	CIBERPOLÍTICA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA	CÓDIGO:	1364201
COORDINADOR	DRA. DÑA. LUCÍA BENÍTEZ EYZAGUIRRE		
OBJETIVOS	1. Conocer y entender las peculiaridades de la nueva cultura digital y sus interrelaciones con la democracia. 2. Conocer las herramientas comunicativas que los actores políticos tienen en la actualidad para relacionarse con la ciudadanía y el uso que de ellas hacen 3. Comprender y profundizar el sentido de la comunicación participativa y el uso de las TIC como procesos de empoderamiento ciudadano. 4. Entender y conceptualizar el trabajo comunicativo en el contexto de la ciberdemocracia y la ciberpolítica. 5. Tener capacidad de analizar las ciberestrategias comunicativas de los actores políticos 6. Planificar estrategias y desarrollar campañas de comunicación en el marco de las relaciones entre ciudadanía, administración pública y gobierno, con el objetivo de profundizar la democracia.		
CONTENIDOS	Desde las primeras experiencias de comunicación participativa, los estudios y las prácticas de la misma se han universalizado atravesados además por el fenómeno de las nuevas tecnologías de la información. Este largo recorrido se encuentra hoy en día articulando nuevos procesos de cambio para organizar y pensar de una manera novedosa la acción del Estado y la Administración Pública, surgiendo nuevas formas de relación entre el poder y la ciudadanía. Ya no va a ser protagonista únicamente el poder, sino que la ciudadanía adquiere protagonismo como actor político. Vamos a explorar las posibilidades de la democracia participativa y la creatividad social con un enfoque comunicativo como ejes de un nuevo gobierno y modelo de Estado más complejo y permeable. La apropiación por parte de la ciudadanía de la cultura digital le ha otorgado un utillaje expresivo y comunicativo que le permite explorar la democracia de una manera creativa y hacia su propio fortalecimiento. Hoy en día hay que investigar y analizar cómo las iniciativas y los procesos internacionales y locales de comunicación y participación ciudadana, con el añadido de las redes telemáticas, la ciberpolítica y los avances en ciberdemocracia, están contribuyendo a la construcción de nuevos modelos de ciudadanía y organización social.		

	1. Comunicación, Política y Democracia 2. El nuevo ágora 3. Ciberpolítica: las arenas están en internet 4. Participación ciudadana y ciberdemocracia 5. Estudio de casos
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10% La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura. Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido. *Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones: 1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta. 2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
GENERAL	CG6	Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas

TRANSVERSAL	CT2	Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales
ESPECÍFICA	CE2	Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados
ESPECÍFICA	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECÍFICA	CE7	Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno
ESPECÍFICA	CE8	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.
ESPECÍFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	19/01/2027	Tecnopolítica, soberanía digital y apropiación tecnológica. Capitalismo de plataformas y concentración del poder. Algoritmos, vigilancia y extracción de datos. Resistencia algorítmica y movimientos contra las plataformas. Práctica: Análisis tecnopolítico de plataformas digitales como modelo económico, gobernanza, impacto democrático y posibilidades de apropiación ciudadana.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	20/01/2027	Comunicación, humor y política en redes sociales: polarización y discursos digitales Humor político y cultura meme. Polarización afectiva y tribalización. Influencers políticos y opinión digital. Práctica Análisis de conversaciones digitales polarizadas y su impacto en la opinión pública	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S4				18:30-20:30

S5	21/01/2027	Contrainformación y comunicación alternativa . Casos de estudio: Coberturas alternativas de movimientos sociales. Plataformas ciudadanas de información. Wikileaks y transparencia informativa. Prácticas: Diseño de una estrategia de contrainformación ciudadana. Seleccionar problema social o político, diseñar narrativa, definir formatos y plataformas. Identificar públicos y riesgos. Diseñar estrategias de participación.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	01/02/2027	Participación ciudadana y cultura digital. Plataformas de participación ciudadana. Gobierno abierto y colaboración digital. Participación institucional y comunitaria. Perspectiva de género e interseccionalidad en la participación. Derechos digitales y ciudadanía. Práctica: Diseño de una propuesta de participación digital. Problema o necesidad social. Herramientas digitales. Estrategias de inclusión. Moderación y gobernanza. Indicadores de impacto. Estrategias de sostenibilidad.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S8				18:30-20:30

S9	02/02/2027	Transparencia, comunicación clara y rendición de cuentas Transparencia institucional. Gobierno abierto y datos abiertos. Rendición de cuentas. Derecho de acceso a la información. Comunicación clara y lenguaje accesible. Práctica: Revisión y rediseño de contenidos institucionales, para detectar barreras comunicativas, simplificar lenguaje, mejorar accesibilidad, facilitar comprensión ciudadana, diseñar propuestas de comunicación clara.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	INSTITUCIONAL		
MATERIA:	MARCA Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA	CÓDIGO:	1364202
COORDINADOR	DR. Dº. PEDRO PABLO MARÍN		
OBJETIVOS	El sector turístico es el principal sector económico de España y de Andalucía y necesita disponer de personal especializado en la gestión del branding y la comunicación de los destinos turísticos. Los estudiantes que se matriculen de esta asignatura van a profundizar en la creación de la identidad de un destino turístico y la gestión comunicativa de los mismos desde la perspectiva del branding, bajo un enfoque metodológico eminentemente práctico. En esta asignatura se profundizará en la creación de la identidad de un destino turístico y en el desarrollo e implementación de planes de comunicación que integren todas las herramientas comunicativas, tanto convencionales como digitales, ayudando al destino a alcanzar sus objetivos Los objetivos principales de la asignatura se ajustan al aprendizaje del alumnado desde un punto de vista eminente práctico y buscan que el alumnado profundice en el estudio y la construcción de la identidad de un destino turístico desde la perspectiva del branding e interiorice las fases que conforman el diseño de un plan de comunicación integral como elemento fundamental en la comunicación turística. Para ello, se pondrá en valor la necesidad de construir una marca de destino reconocida en el sector turístico (marca ciudad o marca país), y la importancia de desarrollar estrategias, acciones y procesos de comunicación con un enfoque transmedia, integrando tanto canales convencionales como digitales, y configurándose esta comunicación integral o 360 en los destinos turísticos como elemento esencial para favorecer la atracción hacia los mismos		
CONTENIDOS	1. El branding en la comunicación turística 2. La construcción de la marca de destino o brand identity. 3. La implementación del plan de comunicación de destino		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajo grupal: 60% Participación activa en clases a través del trabajo activo en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%		

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un proyecto que será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y guiado y supervisado en todo momento por el profesorado de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 6 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios.

Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con el coordinador de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado.

En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
BÁSICA	CG1	CG1 - Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
BÁSICA	CG2	CG2 - Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
BÁSICA	CG4	CG4 - Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
BÁSICA	CG5	CG5 - Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.

BÁSICA	CB6	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BÁSICA	CB7	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	CT1 - Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT2	CT2 - Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	CT3 - Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT4	CT4 - Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
ESPECÍFICA	CE2	CE2 - Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales
ESPECÍFICA	CE3	CE3 - Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE4	CE4 - Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECÍFICA	CE5	CE5 - Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados
ESPECÍFICA	CE6	CE6 - Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas

ESPECÍFICA	CE7	CE7 - Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.
ESPECÍFICA	CE8	CE8 - Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	16/11/2026	Presentación de la asignatura y del proyecto a realizar	Pedro Pablo Marín Dueñas	16:00-18:00
S2		El destino como activo estratégico La construcción de la brand identity en destinos turísticos (parte 1)		18:30-20:30
S3	17/11/2026	La construcción de la brand identity en destinos turísticos (parte 2)	Pedro Pablo Marín Dueñas	16:00-18:00
S4		Presentación de propuestas de brand identity Diseño e implementación del plan de comunicación de destino (parte 1)		18:30-20:30
S5	18/11/2026	Diseño e implementación del plan de comunicación de destino (parte 2)	Pedro Pablo Marín Dueñas	16:00-18:00
S6		Presentación de propuestas		18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	INSTITUCIONAL		
MATERIA:	LOBBY Y THINK TANKS	CÓDIGO:	1364203
COORDINADOR	DRA. LETICIA RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ		
OBJETIVOS	Se realizará de manera reiterada por parte de los alumnos análisis de ejemplos recientes de estrategias de lobbies llevados a cabo en España y en diferentes países europeos. Esta práctica forma parte de la evaluación continua de la asignatura y permitirá a quienes cursen la asignatura ir interiorizando el funcionamiento de estos discursos políticos en el reflejo de la realidad. Igualmente, la elaboración de un trabajo final individual centrado en el diseño y aplicación de una propuesta metodológica para evaluar el reflejo de un determinado aspecto de la realidad política contribuirá a que los estudiantes asuman e incorporen a su práctica intelectual y profesional esta potencialidad de cualquiera de las dos modalidades del discurso político.		
CONTENIDOS	1. Lobby y sociedad. Breve recorrido histórico. Qué papel juegan en las sociedades democráticas. 2. Concepto de lobby, grupo de interés y grupo de presión. Diferencias y semejanzas entre esos términos. 3. Los think tanks y su definición. Tipología de think tanks. El papel de los think tanks en las sociedades. 4. Formas y modo de actuación de los lobbies. Actuación sobre el ejecutivo, legislativo y judicial. Lobby y campañas sobre la opinión pública. 5. Regulación nacional e internacional de los lobbies. Códigos éticos. 6. Los lobbies en España y en el contexto internacional. Panorama sobre el grado de implantación, tipología y formas de actuación. 7. Casos prácticos de lobbies y think tanks. Ya sea desde la perspectiva organizativa, la explicación o análisis de una campaña o rol que desempeñan en la estructura social y política		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10% La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura. Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.		

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas
TRANSVERSAL	CT2	Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos
ESPECÍFICA	CE2	Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales
ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o noespecializados
ESPECÍFICA	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECÍFICA	CE7	Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.
ESPECÍFICA	CE8	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	11/03/2027	Descripción, tipologías y funcionamiento de los lobbies. Análisis de sus estrategias de comunicación.	Leticia Rodríguez Fernández	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	15/03/2027	Think Tanks: su papel como actor comunicativo.	Leticia Rodríguez Fernández	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	16/03/2027	Formas de actuación de los lobbies. Actividades prácticas en torno a casos concretos de campañas sobre la opinión pública.	Nazaret Castro	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	17/03/2027	Regulación de los lobbies y códigos éticos. Los lobbies en España y en el contexto internacional.	Nazaret Castro	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	18/03/2027	Actividades prácticas en torno a casos de estudio	Nazaret Castro	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	INSTITUCIONAL		
MATERIA:	DIRCOM: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN	CÓDIGO:	1 3 6 4 2 0 4
COORDINADOR	DRA. D^a. LETICIA RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ		
OBJETIVOS	Tras cursar esta asignatura, el alumnado conocerá el panorama actual de las direcciones de comunicación, especialmente el lugar que ocupa en el seno de las organizaciones y cómo se debe estructurar para ser más eficaz. En este sentido, sabrá ejercer como dircom y también conocerá otras profesiones vinculadas a la dirección y gestión de la comunicación en las organizaciones, como es la de community manager. Asimismo, identificará las tendencias y reconocerá los retos que el sector debe asumir, ante los cambios organizacionales, sociales y tecnológicos en los que está inmerso. Esta asignatura se centra en la dirección y gestión de la comunicación integral de una organización. La comunicación entendida desde la perspectiva estratégica en el seno de las organizaciones, hace imprescindible la centralización de la actividad comunicativa en los departamentos o direcciones de comunicación, cuyo principal objetivo es el mantenimiento y mejora de la imagen de la organización ante sus públicos. En este sentido, esta asignatura engloba tanto cómo se debe estructurar una dirección de comunicación en el seno de una organización, cuáles deben ser las funciones que debe asumir, así como en la figura del dircom. Dado que estamos ante un sector en constante evolución, también se deben abordar cómo estos cambios repercuten en la dirección de comunicación, cuáles son las nuevas oportunidades surgidas y cuáles los retos a asumir. Es por ello, que se plantean las aportaciones a la comunicación de las TIC en general e internet en particular (social media, web 2.0, etc.), así como se analizan tendencias en el sector (gamificación, etc) y perfiles profesionales vinculados a la dirección de comunicación (community manager, etc.).		

CONTENIDOS	1. La dirección de comunicación en la actualidad 2. Estructura y lugar que ocupa en las organizaciones 3. Funciones del Dircom 4. Nuevas oportunidades y nuevos perfiles profesionales 5. Retos y tendencias 6. Estudios de Casos
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño y ejecución de trabajos (45%) Participación del alumnado en actividades docentes dirigidas (especialmente en el Campus Virtual) (10%) Participación activa del estudiante en las clases presenciales, seminarios, conferencias y otras actividades que se pudieran organizar (45%) *Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones: 1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta. 2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:		
COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE2	Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales
ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECÍFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

ESPECÍFICA	CE12	Dominio de los conocimientos necesarios para elaboración de planes estratégicos de comunicación.
------------	------	--

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE				
SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	11/02/2027	Dirección de comunicación: estructura y funciones. Perfil del director de comunicación. Gestión de la reputación y riesgos sociales.	Leticia Rodríguez Fernández	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	15/02/2027	Dirección de comunicación, situación actual y tendencias	Ana Almansa	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	16/02/2027	Técnicas y herramientas analógicas y digitales	Ana Almansa	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	17/02/2027	Gestión de la comunicación de las organizaciones. Resolución de casos prácticos y gestión de issues.	Leticia Rodríguez Fernández	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	18/02/2027	La gestión de la desinformación y los riesgos sociales. Resolución de problemas prácticos (II)	Leticia Rodríguez Fernández	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

MODULO EMPRESARIAL

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	EMPRESARIAL		
MATERIA:	ESTRATEGIA Y CREACIÓN PUBLICITARIA	CÓDIGO:	1364301
COORDINADOR	DR. Dº ANTONIO MACARRO		
OBJETIVOS	1. Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, con el fin de aportar soluciones eficaces a las necesidades de comunicación de las empresas anunciantes. 2. Desarrollar la capacidad de comunicación de los estudiantes con la intención de que utilicen el lenguaje con coherencia y corrección en su actividad profesional. 3. Suministrar a los estudiantes la preparación suficiente como para entender todos los elementos que conforman la práctica de la estrategia y el proceso creativo que les permita tomar decisiones de manera eficiente. 4. Facilitar a los estudiantes los procedimientos necesarios para crear, ejecutar y evaluar campañas de comunicación aprovechando las nuevas tecnologías. 5. Proporcionar a los estudiantes un amplio conocimiento sobre el entorno sociocultural, político, empresarial y económico donde se enmarca el ejercicio profesional, con el fin de que se sepa adecuar al trabajo a este contexto de forma responsable y eficaz. 6. Transmitir las teorías y modelos que más han determinado a la estrategia de comunicación y el proceso creativo, así como la autorregulación a la que está sometida esta actividad profesional 7. Conocer las investigaciones sobre creatividad publicitaria que se están realizando en la actualidad, saber aplicar la creación y la estrategia en entornos interactivos y profundizar en estudios de casos profesionales.		
CONTENIDOS	1. Revisión de las actuales investigaciones en creatividad 2. Creatividad estratégica aplicada a contextos comunicativos basados en la gestión interactiva de la comunicación y el papel de los stakeholders 3. Creatividad y nuevas tecnologías enmarcadas en el proceso innovador de las organizaciones. 4. Tendencias en la creación publicitaria 5. Estudio de casos		

SISTEMA DE EVALUACIÓN

- Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60%
- Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%
- Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura. Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con el coordinador de la asignatura en un plazo establecido.

Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes:

Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.
2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	CG1 - Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos

GENERAL	CG3	CG3 - Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
BÁSICA	CB9	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT3	CT3 - Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	CT5 - Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE1	CE1 - Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECÍFICA	CE2	CE2 - Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales
ESPECÍFICA	CE3	CE3 - Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE7	CE7 - Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.
ESPECÍFICA	CE9	CE9 - Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
----------	-------	--------------------------	---------------------	---------

S1	19/10/2026	Marketing estratégico y comunicación publicitaria. Introducción al marketing estratégico y operativo, análisis del intercambio, necesidades, deseos y demandas, así como el papel de la comunicación dentro de la estrategia empresarial. Revisión de conceptos fundamentales vinculados a producto, mercado y cliente.	Antonio Macarro	16:00-18:00
S2		Investigación comercial aplicada a la estrategia publicitaria. Tipologías de investigación comercial, investigación sobre producto, marca, consumidor, precio y publicidad. Introducción a la recopilación y análisis de información para la toma de decisiones estratégicas.		18:30-20:30
S3	20/10/2026	Objetivos de marketing, comunicación y posicionamiento de marca. Definición de objetivos de comunicación en empresas, asociaciones y administraciones públicas. Conceptualización del posicionamiento y análisis de atributos diferenciales y ventajas competitivas.	Antonio Macarro	16:00-18:00
S4		Estrategias de posicionamiento y mapping competitivo. Construcción de posicionamiento de marca, segmentación inicial de públicos, análisis perceptual y elaboración de mapas de posicionamiento aplicados a casos reales.		18:30-20:30

S5	21/10/2026	Arquitectura de marca y modelos estratégicos. Modelos de branded house, endorsed brand y house of brands. Gestión de marcas corporativas, submarcas, marcas independientes y modelos híbridos. Análisis de casos profesionales.	Antonio Macarro	16:00-18:00
S6		Segmentación estratégica de públicos y consumidores. Variables de segmentación, operacionalización y categorización de variables, análisis de estilos de vida, perfiles emergentes y segmentación comportamental aplicada a comunicación y publicidad.		18:30-20:30
S7	22/10/2026	Fundamentos de estrategia creativa. Insight, posicionamiento, propuesta de valor y conceptualización estratégica. Desarrollo de mensajes publicitarios coherentes con los objetivos de comunicación.	Antonio Macarro	16:00-18:00
S8		Estrategia aplicada: selección de segmentos y diseño de acciones. Definición de clusters, selección estratégica de segmentos, desarrollo de atributos diferenciales y aplicación de estrategias específicas orientadas al mercado objetivo.		18:30-20:30
S9	26/10/2026	Diseño de estrategias y planificación de comunicación. Análisis interno y externo, diagnóstico estratégico, DAFO y CAME. Desarrollo de objetivos SMART y formulación de estrategias de segmentación y posicionamiento	Antonio Macarro	16:00-18:00

S10		Gestión, control y evaluación de proyectos de comunicación. Calidad y eficacia en el plan de marketing, herramientas de coordinación y seguimiento, elaboración presupuestaria y control estratégico de campañas y proyectos de comunicación.		18:30-20:30
------------	--	--	--	--------------------

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	EMPRESARIAL		
MATERIA:	TRANSPUBLICIDAD. NUEVA PUBLICIDAD PARA SOCIEDADES EN MOVIMIENTO	CÓDIGO:	1364302
COORDINADOR	DRA. D. GUADALUPE MELÉNDEZ GONZÁLEZ-HABA		
OBJETIVOS	1. Conocer y entender las peculiaridades de la nueva cultura digital y sus interrelaciones con la publicidad. 2. Comprender y profundizar los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente referidos a la comunicación, el uso de las TIC y el consumo mediático y publicitario, todo ello en el contexto de la nueva cultura digital. 3. Entender y conceptualizar el trabajo comunicativo desde una lógica de nueva cultura publicitaria. 4. Planificar estrategias y desarrollar campañas publicitarias con nuevos criterios de eficacia adaptados a las nuevas realidades sociales e individuales en la cultura digital		
CONTENIDOS	El desarrollo de la cultura digital, sociedades más activas y conscientes de su rol protagónico en la comunicación y en la relación con empresas e instituciones son circunstancias que han conformado un nuevo territorio de acción para la publicidad que parece ya expandirse sin un límite visible. La transpublicidad no trata en sentido estricto de nuevas formas publicitarias o de nuevas tendencias sino de una nueva cultura comunicativa en la que los roles de los actores publicitarios son difusos e intercambiables, flexibles y moldeables. Narrativas transmedia, storytelling, branded-content, co-creación, etc. se refieren a una publicidad conversada, de procesos de construcción de espacios sociales, de activar la energía creativa colectiva y de compartir creencias. 1. Conceptualizar la Transpublicidad. Cultura digital. 2. El nuevo rol comunicativo de las organizaciones. 3. Transpublicidad, más allá del mensaje. 4. Las claves de la nueva cultura publicitaria: diálogo, ecosistemas creativos y creación de redes. 5. Los nuevos criterios de eficacia. 6. Estudio de casos.		

SISTEMA DE EVALUACIÓN

- Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60%
- Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%
- Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:		
COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
BASICA	CB6	Que los alumnos posean y comprendan conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
BASICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo..
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECIFICA	CE2	Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales
ESPECIFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECIFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECIFICA	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECIFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	05/11/2026	Conceptualizar la Transpublicidad. Cultura digital. El nuevo rol comunicativo de las organizaciones.	Guadalupe Meléndez González-Haba	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	09/11/2026	Transpublicidad, más allá del mensaje.	Guadalupe Meléndez González-Haba	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	10/11/2026	Las claves de la nueva cultura publicitaria: diálogo, ecosistemas creativos y creación de redes.	Guadalupe Meléndez González-Haba	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	11/11/2026	Los nuevos criterios de eficacia.	Guadalupe Meléndez González-Haba	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	12/11/2026	Estudio de casos y desarrollo de proyecto propio.	Guadalupe Meléndez González-Haba	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	EMPRESARIAL		
MATERIA:	PUBLICIDAD INTERACTIVA DIGITAL	CÓDIGO:	1364303
COORDINADOR	DR. D. DAVID SELVA RUIZ		
OBJETIVOS	Desarrollar estrategias y acciones de publicidad en el ámbito digital a partir de las necesidades empresariales. Tendrá conocimiento y manejo de las formas publicitarias basadas en la interactividad, en cada una de las plataformas y manejo de las nuevas formas publicitarias en televisión, especialmente las que se basan en la integración con los contenidos televisivos.		
CONTENIDOS	El nuevo escenario de la publicidad y la comunicación comercial. Del anuncio a la comunicación integrada: 360º, convergencia digital y transmedia storytelling. Redes sociales digitales, marketing viral y comunicación 2.0. Herramientas híbridas de comunicación: del product placement al branded content (plinking, advertainment, advergaming, ARG, etc.). Brand journalism y brandcasting. Crowdsourcing y comunicación colaborativa. Data storytelling: el uso de datos en la creatividad publicitaria.		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño, ejecución y defensa de trabajos individuales y/o grupales (60%) Participación activa del estudiante en las clases presenciales (30%) Participación del alumnado en proyecto de innovación docente (10%) La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente uno o varios trabajos prácticos. Estos trabajos serán definidos y delimitados en el desarrollo de las sesiones del curso, y serán supervisados en todo momento por los profesores de la asignatura.		

Es obligatoria la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con el coordinador de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
BASICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

BASICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el turismo.
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECIFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECIFICA	CE2	Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales
ESPECIFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECIFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados
ESPECIFICA	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECIFICA	CE7	Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno.
ESPECIFICA	CE8	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	15/12/2026	Exposición teórica sobre la interactividad de las marcas acompañada de actividades de tipo práctico.	Paloma Sanz	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	16/12/2026	Exposición teórica sobre las tendencias digitales de branding acompañada de actividades de tipo práctico.	Paloma Sanz	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	17/12/2026	Exposición teórica sobre las tendencias digitales de branding acompañada de actividades de tipo práctico.	Paloma Sanz	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	11/01/2027	Exposición teórica sobre las tendencias creativas en el ámbito digital, acompañada de actividades de tipo práctico.	David Selva	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	12/01/2027	Exposición teórica sobre las tendencias creativas en el ámbito digital, acompañada de actividades de tipo práctico.	David Selva	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	EMPRESARIAL		
MATERIA:	GLOCALIZACIÓN	CÓDIGO:	1364304
COORDINADOR	DRA. D^o. PALOMA SANZ		
OBJETIVOS	1. Conocer las peculiaridades de la comunicación en sus dimensiones global y local, sus diferencias e interrelaciones. 1. Saber adaptarse a las características de cada contexto comunicacional. 2. Identificar cómo influyen las diferencias y peculiaridades culturales en la planificación de la comunicación. 3. Planificar campañas y desarrollar estrategias en ámbitos específicos de la comunicación (pymes y organizaciones locales). 4. Identificar a los públicos de las organizaciones, tanto como actores locales y actores globales. 5. Conocer cómo las empresas de comunicación se adaptan al entorno local, por ser pymes y tener clientes locales.		
CONTENIDOS	En esta asignatura se plantean las características de la comunicación desde su dimensión global y local, y de su conexión a través de los públicos. Trabajaremos las características comunicativas que se dan en el ámbito local y en concreto, en las pymes, y en el papel que los públicos juegan en este que hemos venido a llamar glocalización; sin olvidarnos que las empresas de comunicación también conviven en esta misma realidad. Contenidos: BLOQUE I. COMUNICACIÓN INTERNACIONAL · Tema 1. Comunicación y globalización. Diferentes contextos (sociales, económicos y políticos) y su influencia en la Comunicación. · Tema 2. Características de la comunicación global: peligros y bondades. · Tema 3. Comunicación internacional. BLOQUE II. COMUNICACIÓN LOCAL · Tema 4. Comunicación en el ámbito local: características y peculiaridades. · Tema 5. Organizaciones locales y públicos ¿globales? · Tema 6. Retos. Organizar la planificación y las herramientas · Tema 7. Las empresas de comunicación en el entorno local. Pymes con clientes locales (análisis de casos).		

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60%

Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%

Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
-------------	--------	-------------

GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados
ESPECÍFICA	CE8	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre

ESPECÍFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica
------------	-----	---

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE				
SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	10/03/2027	Desarrollo de actividad en relación a la comunicación internacional	Paloma Sanz	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	04/03/2027	Desarrollo de actividad en relación a la comunicación nacional	Paloma Sanz	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	08/03/2027	Actividad final de propuesta de acción de comunicación para una perspectiva glocal	Paloma Sanz	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	09/03/2027	Exposición del alumnado y feedback	Paloma Sanz	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	03/03/2027	Desarrollo de actividad en relación a las consecuencias de la glocalización para el medio ambiente	Daniel Rodrigo Caro	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

MODULO SOCIAL

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	SOCIAL		
MATERIA:	FUNDRAISING Y CROWDFUNDING	CÓDIGO:	1364401
COORDINADOR	DR. D. FRANCISCO JAVIER GODOY MARTÍN		
OBJETIVOS	El alumnado conocerá las principales técnicas de recaudación de fondos, tanto tradicionales como digitales. Por ello, se capacitará para ejercer como fundraiser, conociendo los motivos que llevan a la ciudadanía a donar o colaborar, especialmente, con organizaciones sociales. Asimismo, el alumnado sabrá cómo organizar campañas de crowdfunding en los diferentes ámbitos		
CONTENIDOS	Las organizaciones en general y muy especialmente las organizaciones sin ánimo de lucro tienen necesidad de financiación, por lo que recurren a las técnicas de recaudación de fondos o fundraising. En esta asignatura se estudiarán estas técnicas de recaudación de fondos, la figura profesional del fundraiser, así como los motivos por los que la ciudadanía dona dinero o colabora en la actualidad. Asimismo, se prestará especial atención a las nuevas posibilidades y nuevos soportes para recaudar fondos que han surgido, especialmente con internet. En este sentido, destaca el crowdfunding o micromecenazgo (también denominado financiación masiva) y que consiste en la cuestión popular y microfinanciación colectiva. En la actualidad, el crowdfunding se está usando para diversos propósitos: artistas buscando apoyo para su obra entre sus seguidores, para campañas políticas, para financiar deudas de diversa índole, para sacar adelante proyectos, etc. 1. El fundraising o la recaudación de fondos 2. Técnicas de recaudación de fondos 3. Fundraising 2.0 4. La figura del fundraiser 5. Crowdfunding 6. Estudios de Casos		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Diseño y ejecución de trabajo individual y/o grupal: 70% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 20%		

Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por el profesorado de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con el coordinador de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG1	Interpretar y valorar las necesidades comunicativas de las organizaciones para insertarse en entornos sociales complejos
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.

GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
TRANSVERSAL	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
TRANSVERSAL	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
TRANSVERSAL	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT2	Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE1	Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales.
ESPECÍFICA	CE2	Capacidad para la identificación y habilidad para su uso de las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales

ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados
ESPECÍFICA	CE8	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre.
ESPECÍFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	05/04/2027	. El fundraising o la recaudación de fondos. Fundraising 2.0. La figura del fundraiser. Actividad/dinámica de clase.	Francisco Javier Godoy	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	06/04/2027	Técnicas de recaudación de fondos. Actividad/dinámica de clase. Trabajo de evaluación.	Francisco Javier Godoy	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	07/04/2027	Crowdfunding.	Marta Cintado	16:00-18:00
S6				18:30-20:30

S7	08/04/2027	Estudio de casos.	Marta Cintado	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	12/04/2027	Economía colaborativa. Actividad práctica.	Lucía Benítez Eyzaguirre	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	
MÓDULO:	SOCIAL	
MATERIA:	COMUNICACIÓN Y MINORÍAS	CÓDIGO:
COORDINADOR	DR. D. SIMONE CASTELLANI	
OBJETIVOS	La comunicación se configura como el nexo que engarza la acción política como el ámbito de lo simbólico-cultural. Nunca más que ahora se ha dispuesto, a través de los medios de comunicación de masas, de un vehículo para difundir el discurso dominante y neutralizar otros discursos, entre el que se encuentra el discurso de equidad de género. Pero la producción de contenidos se ha convertido también en uno de los sectores más importantes de la economía mundial. Los estudiantes conocerán como la producción de mensajes ha excedido el plano de lo cultural para colocarse en el centro de la actividad económica. Reflexionarán sobre cómo el pluralismo queda garantizado con la participación de los actores y actrices sociales presentes en la sociedad para garantizar el ejercicio de los derechos fundamentales del conjunto de la población, no solo de una parte. Adquirirán las competencias necesarias para un análisis del funcionamiento de las empresas de comunicación y de los procesos de toma de decisiones Aprenderán cómo estos procesos de toma de decisiones pueden condicionar el ejercicio de derechos fundamentales como el derecho a la igualdad y los derechos de la comunicación.	
CONTENIDOS	Concepto de poder. Poder simbólico. Las empresas de comunicación. Las industrias culturales y la producción de mensajes Las garantías para el ejercicio del derecho a la igualdad vinculado a los derechos de la comunicación. Los procesos de toma de decisiones y la inclusión de todos los actores sociales Estrategias comunicativas para el empoderamiento de las mujeres. Líneas temáticas para el contenido: · Minorías	

	· Exclusión · Pobreza · Inmigración
SISTEMA DE EVALUACIÓN	La evaluación será continua y tendrá en cuenta todos los aspectos que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje, sobre todo aquellos que se deriven del aprendizaje teórico y metodológico. El aprendizaje de los contenidos, sin dejar de ser relevantes, será evaluado junto a aquellas habilidades y destrezas necesarias para poner en práctica los conocimientos adquiridos. El sistema de evaluación tendrá en cuenta la asistencia a las clases, así como la participación y la calidad de las aportaciones en el espacio de debate y en las tutorías. Asimismo, los alumnos tendrán que presentar obligatoriamente un trabajo dentro del módulo al que pertenece la asignatura. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la/el docente. Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30% Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10% La evaluación continua tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura. Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido. *Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones: 1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.

TRANSVERSAL	CT2	Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE				
SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	13/04/2027	El marco de las minorías. ¿Qué son las minorías?	Amparo Cadavid	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	14/04/2027	La comunicación de las minorías. Cómo estructurar un proyecto de comunicación y minorías.	Amparo Cadavid	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	15/04/2027	Estrategias comunicativas de las minorías organizadas. Casos de estudio: mujeres jornaleras, mujeres migrantes, trabajadoras del hogar	Nazaret Castro	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	19/04/2027	Pánico moral: la minorías gitanas y romani y medios de comunicación durante la pandemia por COVID-19	Simone Castellani	16:00-18:00
S8				18:30-20:30

S9	20/04/2027	La representación de l@s hij@s de inmigrantes en los medios de comunicación	Simone Castellani	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	SOCIAL		
MATERIA:	COMUNICACIÓN, CONFLICTO Y VIOLENCIA DE GÉNERO	CÓDIGO:	1364403
COORDINADOR	DRA. D^a. EVA BERMÚDEZ FIGUEROA		
OBJETIVOS	En la actualidad la Educación en los Derechos Humanos y para la Paz concebida en su triple finalidad de informar, formar y transformar constituye un importante instrumento de construcción de una nueva cultura. Los estudiantes asimilarán la importante función que tienen en este proceso los medios de comunicación. Conocerán las características intrínsecas de la violencia machista (diferentes de otros tipos de violencia) y el sensacionalismo con el que se trata en los medios de comunicación que hace que sigan perdurando prejuicios que en nada favorecen la erradicación de esta lacra. Adquirirán las competencias necesarias para un uso de los medios que evite la creación de la "imagen del enemigo-otro" y que actúe como instrumento que promueva la educación y el respeto por los derechos humanos, así como la visibilización del problema, que es un problema social y no privado. Aprenderán cómo se construyen las percepciones del mundo y desvelarán las contradicciones de una sociedad que impulsa y fomenta cierta forma singular de resolver los conflictos a través de la violencia machista; siendo capaces de ensayar a través de otras construcciones narrativas nuevas formas alternativas y positivas de imaginar el futuro..		
CONTENIDOS	Los medios de comunicación tienen una función importante que desempeñar tal como ha sido recogido en numerosos documentos de UNESCO. Los contenidos de esta materia abordarán cómo históricamente y en la actualidad, la mujer sigue situándose en condiciones de desigualdad con relación a los hombres, detentando los varones el poder tanto simbólico como material, y convirtiendo a las mujeres y lo femenino en la variante sexuada de la humanidad; y cómo la reivindicación de las mujeres para dejar de ser consideradas como una alteridad de lo humano y por tanto modificar el orden social patriarcal, provoca la resistencia de los varones como grupo social, tanto de manera individual como colectiva, que deriva en numerosas ocasiones en el ejercicio de la violencia contra ellas. La asignatura clarificará la necesidad de abordar la violencia machista como una violencia particular, hacia la que las instituciones nacionales e internacionales intentan atender y con relación a la cual han materializando su posición		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	La evaluación será continua y tendrá en cuenta todos los aspectos que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje, sobre todo aquellos que se deriven del aprendizaje teórico y metodológico. El aprendizaje de los contenidos, sin dejar de ser relevantes, será evaluado junto a aquellas habilidades y destrezas necesarias para poner en práctica los conocimientos adquiridos. El sistema de evaluación tendrá en cuenta la asistencia a las clases, así como la participación y la calidad de las aportaciones en el espacio de debate y en las tutorías. Asimismo, los alumnos tendrán que presentar obligatoriamente un trabajo dentro del módulo al que pertenece la asignatura. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por el profesor. Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%		

Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá entregar un trabajo consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

*Indicaciones sobre los sistemas de evaluación ante el uso de inteligencia artificial en trabajos o informes: Con la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como asistentes de redacción o análisis de datos, es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.

GENERAL	CG3	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT2	Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados
ESPECÍFICA	CE7	Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno

ESPECÍFICA	CE8	Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar el plan de comunicación de las organizaciones a partir de entornos y situaciones novedosas basadas en la incertidumbre
------------	-----	---

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE			
FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
03/02/2027	Género como construcción social.	Eva Bermúdez Figueroa	16:00-18:00
			18:30-20:30
04/02/2027	Violencia de género: conceptos, manifestaciones y el papel de la comunicación	Susana Ginesta Gamaza	16:00-18:00
			18:30-20:30
08/02/2027	Violencia digital, discursos de odio y tecnologías emergentes	Susana Ginesta Gamaza	16:00-18:00
			18:30-20:30
09/02/2027	Comunicación para el cambio social y la acción colectiva. Artivismo y nuevas narrativas feministas	Susana Ginesta Gamaza	16:00-18:00
			18:30-20:30
10/02/2027	Género y poder, la construcción del discurso androcéntrico	Susana Ginesta Gamaza	16:00-18:00
			18:30-20:30

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	SOCIAL		
MATERIA:	COMUNICACIÓN PARA LA ACCIÓN SOCIAL	CÓDIGO:	1 3 6 4 4 0 4
COORDINADOR	DRA. D^a. BELÉN MACÍAS		
OBJETIVOS	Comprender y definir la labor de comunicación desarrollada por las ONG y los movimientos sociales. Reconocer la necesidad de un nuevo modelo de comunicación para las ONG como agentes de transformación social, así como plantear nuevas estrategias. Detectar necesidades de comunicación en las ONG y en la sociedad. Planificar estrategias y desarrollar campañas orientadas a la movilización solidaria de la ciudadanía a favor de un mundo más justo y sostenible, y contra las vulneraciones de los Derechos Humanos.		
CONTENIDOS	1.Creación y evolución de los movimientos sociales. Estructura y funcionamiento. Papel social y político de los movimientos sociales. 2.Comunicación y acción social. 3.Comunicación 2.0 para la solidaridad. 4.Estrategias y prácticas comunicativas para sensibilizar y movilizar a la ciudadanía. 5.Comunicación,ONG y política.		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Las clases serán presenciales, de carácter teórico-prácticas, recurriendo con frecuencia al estudio de casos. En la planificación de estas clases se tendrá en cuenta la distribución temporal de los contenidos; así como su transmisión eficaz, para lo que los recursos de apoyo, como presentaciones en Powerpoint, en Prezi, recursos sonoros, audiovisuales o multimedia. La evaluación se realizará teniendo en cuenta los siguientes porcentajes: -Diseño, ejecución y defensa de trabajo individual y/o grupal: 60% -Participación activa en clases a través de práctica en el aula: 30%		

-Participación del alumnado en proyecto de innovación docente: 10%

La evaluación continúa tendrá en cuenta la asistencia a las clases, la participación y la calidad de las aportaciones en el aula y el espacio virtual. Al finalizar la asignatura, el alumnado tendrá que presentar obligatoriamente un trabajo. Este trabajo será definido y delimitado en el desarrollo de las sesiones del curso, y será supervisado en todo momento por la profesora de la asignatura.

Es obligatorio la asistencia a mínimo 4 sesiones de las 5 totales de la asignatura para poder ser evaluado con los anteriores criterios. Si el estudiante falta a 2 clases o más, deberá hablar con los profesores para tratar la opción de entregar un trabajo adicional consensuado con la coordinadora de la asignatura en un plazo establecido.

En relación al uso de inteligencia artificial en trabajos o informes (como asistentes de redacción o análisis de datos): es preciso adoptar criterios y estrategias específicas para garantizar que la evaluación refleje fielmente la adquisición de competencias por parte del alumnado. En este sentido, se establecen las siguientes indicaciones:

1. Claridad en las normas de uso: El profesorado comunicará de manera explícita si el uso de herramientas de IAG está permitido, en qué condiciones, y cómo debe declararse su uso en los trabajos. En caso de autorizarse, el alumnado deberá indicar qué partes del trabajo han sido generadas o asistidas por una IAG, especificando la/s herramienta/s utilizada/s (modelo y versión) y su función concreta.

2. Instrumentos complementarios: En aquellos casos en los que no se cumplan las normas anteriores de uso de la IAG, el profesorado podrá aplicar instrumentos de evaluación complementarios recogidos en la memoria del título, tales como: pruebas orales de defensa del trabajo; preguntas de control en clase relacionadas con el contenido del informe; entrevistas individuales para profundizar en el conocimiento demostrado; actividades presenciales vinculadas al mismo contenido evaluado y criterios de evaluación adaptados como la coherencia y pertinencia del contenido, la capacidad para integrar y contextualizar información, el discurso propio, la reflexión y el juicio crítico.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG3a	Capacitar al alumnado para el desarrollo de las principales tareas comunicativas en las organizaciones.
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten

BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
TRANSVERSAL	CT1	Aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas.
TRANSVERSAL	CT2	Contrastar cómo el pluralismo queda consolidado con la participación de la ciudadanía, especialmente de los colectivos minoritarios.
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT4	Evaluar los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE3	Capacidad para aprehender las principales variables que configuran el rol de las audiencias y públicos.
ESPECÍFICA	CE5	Destrezas para identificar, clasificar y comunicarse eficazmente con los diferentes públicos especializados o no especializados
ESPECÍFICA	CE7	Dominio de los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas para diseñar estrategias de comunicación para la transformación del entorno

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

SESIONES	FECHA	ACTIVIDADES Y CONTENIDOS	PROFESORES/PONENTES	HORARIO
S1	17/05/2027	Comunicación y acción social.	Marcial García	16:00-18:00
S2				18:30-20:30
S3	18/05/2027	Comunicación 2.0 para la solidaridad	Marcial García	16:00-18:00
S4				18:30-20:30
S5	19/05/2027	Estrategias y prácticas comunicativas para sensibilizar y movilizar a la ciudadanía.	Marcial García	16:00-18:00
S6				18:30-20:30
S7	20/05/2027	Creación y evolución de los movimientos sociales. Estructura y funcionamiento. Papel social y político de los movimientos sociales.	Belén Macías	16:00-18:00
S8				18:30-20:30
S9	24/05/2027	Comunicación,ONG y política.	Belén Macías	16:00-18:00
S10				18:30-20:30

MODULO TFM

TITULACIÓN:	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
MÓDULO:	TFM		
MATERIA:	TRABAJO FIN DE MÁSTER	CÓDIGO:	1 3 6 1 9 0 3
COORDINADOR	DR^a LUCÍA BENÍTEZ EYZAGUIRRE		
OBJETIVOS	A la finalización de esta asignatura el alumno será capaz de: Elaborar reflexiones con seriedad científica sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la comunicación Estar capacitado en comunicarse con la comunidad científica de sus conclusiones, conocimientos y razones sobre la temática objeto de investigación		
CONTENIDOS	La elaboración del proyecto posibilita que el alumno sea capaz de elaborar textos científicos a partir de la siguiente estructura: · Portada · Introducción: interés subjetivo y objetivo, estructura, objetivos y metodología · Fundamentación teórica o estado actual del tema objeto de estudio · Investigación y resultados · Discusión y conclusiones · Fuentes consultadas		

	· Anexos El proyecto permitirá capacitar al alumno en habilidades de aprendizaje que coadyuven al estudio autónomo de entornos poco conocidos o situaciones novedosas Las actividades dirigidas por el director del proyecto permitirán que los alumnos sepan aplicar los conocimientos adquiridos dentro de contextos multidisciplinares relacionados con la comunicación en las organizaciones. La defensa pública del TFM sólo podrá realizarse cuando el alumno haya superado el resto de los créditos del Máster. Consistirá en: Memoria escrita en formato Pdf, Se deben incluir los siguientes apartados: 1) Antecedentes del tema (Introducción) 2) Objetivos 3) Materiales y Métodos 4) Resultados 5) Discusión. Conclusiones, Significancia, aplicaciones 6) Bibliografía Defensa pública ante un tribunal formado por 3 profesores, durante aproximadamente 15 minutos, respondiendo a las cuestiones que le planteen estos evaluadores u otros asistentes a la presentación.
SISTEMA DE EVALUACIÓN	En esta asignatura las tutorías tendrán un gran valor, ya que se deberá orientar al alumnado y resolver todas las dudas que tenga. Para que puedan llevar a cabo el TFM, se realizarán tutorías tanto presenciales como virtuales. Además de las tutorías, el docente orientará en todo momento al alumnado, ayudándole en el diseño de la investigación, recomendándole lecturas para el marco teórico y planteándole las dudas que la investigación planteada pudiera tener. Una vez concluido el TFM, se defenderá ante un tribunal. Diseño, ejecución y defensa de un trabajo de investigación (100%)

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:		
COMPETENCIA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GENERAL	CG2	Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.
GENERAL	CG4	Fomentar habilidades de aprendizaje autodirigidas o autónomas con metodologías activas y participativas que aseguren el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento tanto en entornos académicos como en profesionales
GENERAL	CG5	Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos.
GENERAL	CG6	Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas.
BÁSICA	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten
BÁSICA	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
BÁSICA	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
BÁSICA	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
BÁSICA	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
TRANSVERSAL	CT3	Comprender los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.
TRANSVERSAL	CT5	Habilitar al alumnado para que los conocimientos adquiridos se apliquen correctamente en el ejercicio profesional
ESPECÍFICA	CE4	Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.
ESPECÍFICA	CE6	Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas
ESPECÍFICA	CE9	Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica
ESPECÍFICA	CE10	Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación

