

PROYECTO DE MÁSTER UNIVERSITARIO PARA EL CURSO 2013-2014

PROPUESTA DE DENOMINACIÓN		
MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
CENTRO RESPONSABLE		
Centro de posgrado		
Decano / Director		
Antonio Castillo Esparcia		Contacto: acastilloe@uma.es
Persona de contacto en la fase de elaboración		
María del Carmen Lasso de la Vega González		Contacto: carmen.lasso@uca.es
Otras universidades participantes		
Universidad coordinadora	Universidad de Málaga	
Universidades participantes	Universidad de Cádiz, Sevilla, Murcia, Granada y Rey Juan Carlos de Madrid	
Otras instituciones públicas y privadas participantes.		
Descripción de su papel formativo en el programa		
<p>Autocontrol de la Publicidad. Capacitar al alumnado acerca de las fronteras legales que deben tenerse en cuenta a la hora de crear y planificar las estrategias y campañas de Comunicación.</p> <p>Instituto Cervantes. Ofrecer las principales claves de la imagen del español en el mundo, con el fin de aportar habilidades y destrezas en el diseño y gestión de estrategias de Comunicación.</p> <p>Cátedra Extenda de Internacionalización. Dotar al alumnado del conocimiento y claves precisas para elaborar planes y campañas de internacionalización de productos y servicios, atendiendo a imaginarios socioculturales distintos.</p>		
TIPOLOGÍA		
Máster profesional		
Máster académico	Perfil profesional	
	Perfil investigador	x
	Perfil mixto profesional investigador	Máster con perfil investigador, aunque sus contenidos se pueden aplicar al desempeño profesional

PROCEDENCIA	
	Nueva propuesta
	Conversión de un anterior plan de estudios de máster oficial
Denominación y centro responsable	Universidad de Málaga
	Conversión de un itinerario formativo de doctorado
Denominación y centro responsable	No se plantea la conversión
	Transformación de un título propio
Denominación y tipología	NO
Justificación. Previsión de reconocimiento de créditos para estudiantes del plan de estudios de procedencia	
Este apartado sólo compete a la Universidad de Málaga, ya que en la de Cádiz el Título es de nueva implantación.	
JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA	
Perfiles de acceso	
Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas Licenciatura en Comunicación Audiovisual Licenciatura en Periodismo Otros títulos de la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas	
Previsión del número de alumnos demandantes de la oferta y procedencia	
10 plazas de alumnos que han cursado el Título a tiempo parcial	
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas	30
Perfiles profesionales de salida	
Aunque el perfil del Máster es eminentemente investigador, el alumnado va a poseer los conocimientos necesarios para su competitividad en cualesquiera de las áreas profesionales del ámbito de conocimiento, como puede verse en el volumen de contratos laborales obtenidos por el alumnado egresado en las dos primeras ediciones del Máster.	

Los fundamentales perfiles de salida se pueden resumir de la siguiente manera:

- Técnico en planificación estratégica
- Técnico en Relaciones Públicas
- Técnico en Protocolo
- Técnico en creatividad publicitaria
- Community Manager
- Técnico en gestión de proyectos culturales
- Técnico en Comunicación sanitaria
- Técnico en Comunicación turística
- Técnico en gestión de crisis
- Técnico en Comunicación del tercer sector

Breve descripción de contenidos. Especialidades

MÓDULO I: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

METODOLOGÍA GENERAL

OBSERVATORIO EN INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN EN COMUNICACIÓN

MÓDULO II: GESTIÓN DE PÚBLICOS EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS

AUDIENCIAS, USOS Y MODELOS COMUNICATIVOS

ANTROPOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

NUEVOS MEDIOS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

MÓDULO III: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

GESTIÓN DE CONFLICTOS POTENCIALES, SITUACIONES DE RIESGOS Y CRISIS

CEREMONIAL Y PROTOCOLO

MÓDULO IV: TENDENCIAS E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN

CREATIVIDAD

NUEVAS FORMAS PUBLICITARIAS

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA

MÓDULO V: NUEVAS TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN INTERNA

APORTACIONES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS A LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

MÓDULO VI: COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA

LA IMAGEN EN EL SECTOR TURÍSTICO

GESTIÓN, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

COMUNICACIÓN SOLIDARIA.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PARA EL CAMBIO SOCIAL

LA COMUNICACIÓN EN EL SECTOR SANITARIO

PROYECTO FIN DE MÁSTER TUTORIZADO

TABLA DE PLANIFICACIÓN DOCENTE			
CRÉDITOS ALUMNOS			CRÉDITOS TÍTULO
Módulos o materias	ECTS	Áreas de conocimiento que se propone para impartirlos	
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	12 (2013-14)		
			Ciencias Sociales y Jurídicas
			Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
GESTIÓN DE PÚBLICOS EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS	9		
			Sociología
			Antropología
			Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN	9		
			Ciencias Sociales y Jurídicas
			Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
TENDENCIAS E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	9		
			Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
NUEVAS TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN	6		
			Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA	15		
			Ciencias Sociales y Jurídicas
			Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
TRABAJO FIN DE MÁSTER	12 (2013-14)		
			Ciencias Sociales y Jurídicas
JUSTIFICACIÓN DE RECURSOS			
Capacidad y necesidades de profesorado. Previsión aproximada			
Durante la primera edición (curso 2009-10) del Máster Oficial en Planificación Estratégica e Innovación en Comunicación sólo dos profesores de la Universidad de Cádiz participaron como docentes.			
Su tercera edición (curso 2011-12) ha contado con 7 docentes de la UCA. Número que se incrementará en sus próximas ediciones de forma paulatina y en función de la especialización e implicación del profesorado.			

Recursos de infraestructura. Previsión aproximada		
Necesidades de espacios (aulas, laboratorios).	Número y capacidad de aulas	30 plazas
	Calendario de utilización	Desde mediados de noviembre hasta finales de mayo aproximadamente
Necesidades de materiales y equipos.	Número y especialidad de laboratorios	No
	Calendario de utilización	No
Disponibilidad de espacios (aulas, laboratorios).	El Máster sólo precisa de un aula, desde mediados de noviembre hasta finales de mayo	
Disponibilidad de materiales y equipos).	No necesita material, sólo el campus virtual	
Fuentes de financiación complementarias a la ordinaria, si las hubiera, que ayuden a garantizar que no se requieran nuevas contrataciones		
Se están gestionando, aunque no existen por el momento, así como tampoco nuevas contrataciones, sino que, por el contrario, éstas se están disminuyendo paulatinamente.		
INFORMACIÓN ADICIONAL DE INTERÉS PARA EVALUAR LA PROPUESTA		
<p>El Máster Oficial Interuniversitario no ha finalizado aún su tercera edición, lo que ha venido implicando la necesidad de ir solventando algunas cuestiones que han ido sobreviniendo, tales como la adecuación de la oferta de estudios de doctorado de la Universidad de Cádiz, cuya normativa interna no se ajustaba a las características de la oferta formativa del Máster.</p> <p>Esto ha supuesto que algunos alumnos interesados en cursar sus estudios de doctorado en la UCA, optaran por otras universidades. Algo que se ha solventado mediante la oferta de un curso de formación complementaria de 20 créditos, que se hará innecesario cuando se realice el oportuno cambio en la Memoria del Máster, previsto para el curso 2012-13, que debe presentarse solicitud de acreditación en la ANECA.</p> <p>Además, como se ha citado, el Máster cuenta con un perfil profesionalizante, aunque un significativo número de alumnos ha tenido acceso al mercado laboral gracias a los conocimientos del Título, lo que aconseja que, a pesar de mantener y reforzar el perfil investigador, se siga apostando por una metodología de aprendizaje teórica, aunque aplicable al desempeño profesional.</p> <p>Una de las posibles opciones para llevarlo a cabo podría residir en el establecimiento de acuerdos con entidades públicas y privadas, con el fin de que una parte del alumnado realice su trabajo fin de Máster con todas las garantías de representatividad y validez científicas, pero a través de análisis empíricos, convertibles en informes y dossiers con capacidad y rentabilidad prácticas para los organismos objeto de estudio.</p>		

Por otra parte, el mapa actual de oferta de másteres oficiales aconseja su mantenimiento, ya que no existe una gran oferta en este sentido en el ámbito universitario andaluz e incluso español, por lo que, una vez consolidado, podría llegar a convertirse en un referente, dado el carácter innovador de sus contenidos, la variedad de ópticas ofrecidas y la versatilidad de posibles salidas que ofrece.

Debe tenerse en cuenta, asimismo, que la participación de organismos como el Instituto Cervantes o la Asociación de Autocontrol de la Publicidad, además de aportar contenidos de gran novedad y relevancia, prestan prestigio y notoriedad al Máster y, por ende, a la Universidad de Cádiz.

ANEXOS

NOVEDADES DESDE LA FECHA DE LA PROPUESTA ORIGINAL

Las principales novedades se han venido citando a lo largo del informe y se pueden resumir de la siguiente forma:

1. Adecuación de la oferta para el acceso a los estudios de doctorado. En primer término mediante la creación del curso de formación complementaria en Metodología de Investigación en Comunicación y, en segundo, a través del reajuste del número de créditos destinados al módulo de Metodología y al trabajo fin de Máster, que el alumnado comienza a realizar desde el inicio del curso, llevando a cabo dos actos de defensa ante una comisión de doctores: uno tras finalizar su proyecto y el otro al finalizarlo.
2. Incremento de la implicación y participación del profesorado UCA en la docencia del Máster, con el fin de ahorrar costes sin menoscabo alguno de la calidad de la enseñanza.
3. Gestión de acuerdos con entidades públicas y privadas para ofrecer temas actuales y reales que aporten al alumnado unos conocimientos y capacidades de aplicación de los contenidos estudiados. Algo que se intentará incrementar en el futuro.
4. Se está analizando también la posibilidad e idoneidad de combinar la modalidad de docencia presencial con la virtual, para facilitar el acceso a alumnos que trabajen, abaratar costes y ofrecer experiencias de trabajo en red, estrechamente relacionadas con los contenidos de algunas materias impartidas.

INFORME VICERRECTORES DE PROSPECTIVA Y CALIDAD Y DE DOCENCIA Y FORMACIÓN

INFORME VICERRECTORA DE ORDENACIÓN ACADÉMICA Y PERSONAL
--

INFORME DIRECTORA GENERAL DE INFRAESTRUCTURAS
--

No especifica campus donde impartirá docencia. El aula solicitada deberá ser aprobada por el centro o administrador de campus donde se imparta.

HISTÓRICO DE DATOS RELATIVOS AL MASTER PROPUESTO O SUS ANTECEDENTES EN LA OFICINA DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Histórico de alumnos matriculados

2006-07	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
			24	22	23

Histórico de alumnos de doctorado procedentes de este Máster

año	nº matriculas
2009-10	
2010-11	1
2011-12	4

INFORME DE LA COMISIÓN DE POSGRADO

FAVORABLE