



# Dirección de Comunicación y Branding Estratégico

La tecnología y los cambios en el entorno digital han creado nuevas necesidades de comunicación que requieren de nuevos profesionales especializados.

Este programa forma para liderar la gestión estratégica de la comunicación de marca usando las nuevas tecnologías y anticiparse a las tendencias del mercado. El máster destaca por su diversidad temática, cuyo objetivo es dotar al alumno de una visión global y transversal del mundo de la comunicación, así como de herramientas, habilidades y competencias imprescindibles para su futuro desarrollo profesional.

El programa combina módulos en sostenibilidad y comunicación global, branding, comunicación interna y public affairs, junto con comunicación creativa y el nuevo Word of Mouth (innovación y viralidad en la era digital).

El perfil de ingreso recomendado es aquel que cumpla los requisitos de acceso a la educación superior establecidos por la legislación vigente, egresados recientes o en sus primeros años de experiencia, que provengan de titulaciones del ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas y de Artes y Humanidades (Publicidad, Relaciones Públicas, Periodismo, Comunicación Audiovisual, Marketing, Derecho o ADE) pudiéndose acoger a profesionales del ámbito de las humanidades digitales interesados en incorporar conocimientos y desarrollar habilidades en aspectos como la gestión de proyectos y la comunicación estratégica.

Se estima que el candidato estará interesado en adquirir y desarrollar los conocimientos, capacidades y destrezas necesarias para adecuar su perfil como egresado del presente Máster a los siguientes perfiles:

- Responsable de comunicación.
- Experto en Relaciones Públicas.
- Especialista en Comunicación Institucional.
- Social Media Manager.
- Comunicación interna.
- Experto en comunicación digital.
- Comunicación de crisis.
- Experto en comunicación y ESG.



## Características de este Máster

	<b>Inicio:</b> Octubre		<b>Lugar:</b> Campus Argüelles
	<b>Créditos:</b> 60 ECTS		<b>Modalidad:</b> Presencial
	<b>Horario:</b> Viernes de 16:00-21:00h Sábados de 9:00 a 14:00		<b>Director:</b> Javier Rodríguez Laiz <a href="mailto:javier.rodriguezlaiz@ceu.es">javier.rodriguezlaiz@ceu.es</a>
	<b>Idioma:</b> Español		<b>Coordinador:</b> -

## Profesorado

El claustro está formado por profesionales en activo y docentes universitarios especializados en comunicación, relaciones públicas, sostenibilidad, gestión de crisis y específicamente en proyectos de comunicación estratégica, marketing y creación de contenidos en el entorno digital..

El contacto con el profesorado para resolver dudas y/o realizar tutorías se realizará en el transcurso y a la finalización de la correspondiente actividad formativa. En el caso de profesorado externo es posible aportar una dirección de correo electrónico de contacto.

Enlace web Profesorado

## Plan de estudios

TIPO	CRÉDITOS
OBLIGATORIAS	42 ECTS
PRÁCTICAS EXTERNAS	12 ECTS
TRABAJO FIN DE MÁSTER	6 ECTS
<b>TOTAL</b>	<b>60 ECTS</b>



		PROGRAMA FORMATIVO	ECTS
<b>MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE (MFP) EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y BRANDING ESTRATÉGICO (60 ECTS)</b>	<b>DIPLOMA UNIVERSITARIO DE EXPERTO (DUEX) EN BRANDING ESTRATÉGICO: CONSTRUYENDO MARCAS CON VALOR (15 ECTS)</b>	ESTRATEGIAS AVANZADAS DE COMUNICACIÓN BASADAS EN LA IA	3
		GESTIÓN INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓN Y EL BRANDING CORPORATIVO	3
		STORYTELLING CREATIVO Y ESTRATÉGICO	3
		EL FUTURO DEL LOBBY: NUEVAS TENDENCIAS EN PUBLIC AFFAIRS	3
		TRABAJO FINAL BRANDING	3
	<b>DIPLOMA UNIVERSITARIO DE EXPERTO (DUEX) EN COMUNICACIÓN GLOBAL Y SOSTENIBILIDAD: HACIA UN IMPACTO POSITIVO (15 ECTS)</b>	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA CON FOCO EN LA SOSTENIBILIDAD (ESG)	3
		COMUNICACIÓN SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	3
		ESTRATEGIAS GLOBALES DE COMUNICACIÓN	3
		RETOS EN LA COMUNICACIÓN CON COMUNIDADES DESCENTRALIZADAS	3
		TRABAJO FINAL SOSTENIBILIDAD	3
		COMUNICACIÓN INTERNA ESTRATÉGICA	3
		INNOVACIÓN Y VIRALIDAD EN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL	3
		CREATIVIDAD TRANSMEDIA Y NUEVOS FORMATOS NARRATIVOS	3
		DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN: FUNCIONALIDAD Y PROYECCIÓN	3
		PRÁCTICAS EXTERNAS	12
		TRABAJO FIN DE MÁSTER	6

Los estudiantes pueden matricularse por separado y cursar los siguientes Diplomas que son partes del Máster de Formación Permanente en Dirección de Comunicación y Branding Estratégico:

- Diploma Universitario de Experto en Branding Estratégico: Construyendo Marcas con Valor.
- Diploma Universitario de Experto en Comunicación Global y Sostenibilidad: Hacia un Impacto Positivo.

Se desglosan en asignaturas, que se han sombreado con código de color, de modo que se indica qué asignaturas se han de matricular para cursar y completar los ECTS a superar en cada título.



# Metodologías Docentes - Actividades Formativas

Las metodologías docentes de este máster persiguen adquirir conocimientos en sostenibilidad y comunicación global, desarrollar competencias en branding, comunicación interna y public affairs, así como proyectar estrategias innovadoras para la comunicación creativa, así como las dinámicas emergentes en la difusión de información a través de las redes sociales y la influencia digital.

Fundamentalmente a través del conocimiento en clases teórico-prácticas y del aprendizaje basado en casos prácticos y proyectos.

## Sistemas y Criterios de Evaluación

### ASISTENCIA A CLASE

- La asistencia a las clases teóricas es obligatoria en un 75%.
- La asistencia a las actividades prácticas y de desarrollo de proyectos en grupo es obligatoria en un 90%.

Se realizarán controles de asistencia. Ya que el alumno puede faltar en un porcentaje del total de las actividades formativas, no se admitirán justificaciones de ausencia.

### SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Los principales sistemas de evaluación en los módulos del máster, con excepción de las Prácticas Externas y el Trabajo Fin de Máster que se exponen en los siguientes apartados, son la evaluación de trabajos y casos prácticos desarrollados como proyectos en grupo elaborados con las herramientas informáticas adecuadas y exámenes tipo test en relación con la formación teórica.

A la vista de las diversas actividades formativas y metodología docente desplegada en cada materia, se elegirán los sistemas de evaluación adecuados y se establecerá un sistema de ponderación que habrá de ponerse en conocimiento del Coordinador del Máster previamente al inicio de las clases de los módulos y del alumnado en las primeras clases de cada uno de ellos.

Por la peculiaridad los módulos que se presentan a continuación, se tratan de manera diferenciada:



# Prácticas Externas

Realizadas por los estudiantes su objetivo es permitirles aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su formación académica, favoreciendo la adquisición de competencias que los preparen para el ejercicio de actividades profesionales. El Coordinador del máster gestionará la asignación de entidad colaboradora de prácticas con el estudiante, que posteriormente será gestionada con el Departamento de Carreras Profesionales del Campus a través de la Plataforma de Gestión de Prácticas Externas.

La entidad colaboradora de prácticas con las que se tiene convenio para éste Máster son la agencia de comunicación MARCO, está disponible en la [web del título](#). Los estudiantes se sumergirán en el mundo de la comunicación estratégica, trabajarán en proyectos reales, colaborando con profesionales experimentados en áreas como relaciones públicas, gestión de crisis, marketing digital y creación de contenidos. Aprenderán, mentorizados por profesionales del sector en activo, a desarrollar estrategias efectivas de comunicación y a ejecutar campañas que impacten positivamente en la percepción de marca.

Estas prácticas tienen un carácter obligatorio. Todos los alumnos tienen a su disposición el servicio de Carreras Profesionales del CEU, para la búsqueda activa de prácticas y salidas profesionales.

<https://www.uspceu.com/carreras-profesionales>

Para la realización de las prácticas los estudiantes contarán con un tutor de la entidad colaboradora y un tutor académico de la universidad. El tutor designado por la entidad colaboradora deberá ser una persona vinculada a la misma y será el encargado de acoger al estudiante y organizar las actividades a desarrollar con arreglo al proyecto formativo, así como coordinar con el tutor académico de la Universidad el desarrollo de las actividades.

El tutor académico de prácticas de la Universidad será un profesor de la Universidad afín a la enseñanza a la que se vincula la práctica.

El estudiante realizará 210 horas presenciales de prácticas en las entidades colaboradoras de prácticas externas en que se desarrollará el aprendizaje relacionado con el presente Máster, en el segundo semestre del curso.

A la conclusión de las Prácticas el estudiante realizará y remitirá al tutor académico de la Universidad a través del Portal de Prácticas del Estudiante:

- Una Memoria Final de Prácticas, conforme al modelo normalizado establecido por la Universidad.
- Una Encuesta de Satisfacción, conforme al modelo normalizado establecido por la Universidad.

Con el fin de realizar un seguimiento el tutor académico podrá solicitar la realización de una memoria y encuesta intermedias en caso de necesidad.



Las Prácticas serán evaluadas por el tutor académico de la Universidad basándose en el seguimiento llevado a cabo, el informe del tutor de la entidad colaboradora y la memoria final del estudiante, atendiendo en todo caso a la ponderación de los Sistemas de Evaluación correspondientes.

En la evaluación de esta asignatura, se tiene en cuenta la evaluación del tutor de la entidad colaboradora (15%), la Memoria de Prácticas (70%) y la evaluación del seguimiento realizado por el Tutor Académico (15%).

## Trabajo Fin de Máster

El Trabajo Fin de Máster (TFM) se realizará fundamentalmente en la segunda mitad del máster, aunque la concreción del título definido y asignación de director/tutor se realizará al inicio del segundo semestre. Desde la Dirección del Máster se informará del proceso de adjudicación de director, tutela, exposición y defensa y tribunal correspondiente.

En el Trabajo Fin de Máster (TFM) se elaborará un proyecto de comunicación y branding estratégico enfocado en un caso práctico de aplicación en un determinado sector.

El TFM es una actividad formativa no presencial en la que el alumno desarrolla el aprendizaje realizado a través del máster, dirigido y tutelado por un profesor del claustro, que consiste en la realización de un trabajo pautado y posterior defensa del mismo. Esta defensa se realizará siempre al finalizar el Máster.

Los trabajos serán evaluados por Tribunales formados por un mínimo de tres profesores, preferiblemente doctores, designados al efecto a propuesta del Coordinador del Módulo. Cada Trabajo Fin de Máster recibirá una calificación única que será la resultante de aplicar la media aritmética entre las notas atribuidas al trabajo por cada uno de los miembros del Tribunal. Para ello, los evaluadores tendrán a su disposición una rúbrica. Para la defensa, el alumno dispondrá de un tiempo aproximado de 15 minutos y, a continuación, responderá a las preguntas formuladas por los miembros del Tribunal, en el caso de que éstas se formulen.

En los criterios de evaluación del Trabajo Fin de Máster tendrá un peso sobre la calificación final: un 70% la valoración del trabajo escrito y el restante 30% la valoración de la exposición y defensa oral.