

Máster en Comunicación Integral

El Máster en Comunicación Integral nace como resultado de la transformación que está teniendo lugar en el ejercicio profesional de la Publicidad, de las Relaciones Públicas y de otras técnicas de comunicación convencional y no convencional. Todas ellas, junto con la Comunicación Corporativa, han evolucionado desde una concepción individual y desestructurada a ser concebidas como un todo en el marco de lo que se denomina Comunicación Integral.

OBJETIVOS

El Máster en Comunicación Integral está dirigido a dos tipos de alumnos:

- Licenciados en Comunicación, Publicidad y RR.PP. que desean completar sus conocimientos con una formación actualizada y rigurosa que les permita integrarse en el mundo profesional sin dificultades.
- Profesionales de la comunicación no titulados que puedan demostrar una experiencia contrastada en dichas materias. Por medio del máster podrán actualizar sus conocimientos en las diferentes materias, técnicas y especialidades que comprende la Comunicación Integral, tal y como se ejerce profesionalmente hoy.

PROGRAMA Y METODOLOGÍA

El Máster en Comunicación Integral está estructurado en ocho módulos que combinan las exposiciones teóricas de las materias más actuales y necesarias con los supuestos prácticos que los alumnos deben desarrollar y exponer en clase en cada uno de los módulos. Ambas, teoría y práctica, se soportan en la experiencia y conocimientos de los profesionales docentes. El contenido de los módulos es el siguiente:

1. **Introducción:** La conceptualización de la Comunicación Integral, la especificación de sus componentes y sus aplicaciones conforman el objeto de este módulo.
2. **La Comunicación y el Marketing en la empresa:** Se efectúa un análisis minucioso y exhaustivo de la problemática y valores que se conjugan en la organización, elaboración y transmisión de la comunicación a sus clientes.
3. **La Comunicación Masiva y la Comunicación Integral:** El análisis de los medios de Comunicación Masiva desde el punto de vista de la Comunicación Integral descubre nuevas posibilidades y utilidades para la relación de la empresa y los consumidores.
4. **Los Medios No Convencionales en el contexto de la Comunicación Integral:** El protagonismo de los medios no convencionales y su potencial comunicador se revisa en profundidad, tanto considerados individualmente como en el conjunto de su papel dentro de la Comunicación Integral.
5. **El estudio de la comunicación de la competencia:** La realización de un diagnóstico correcto de la comunicación de la competencia es un elemento básico para cualquier estrategia de comunicación. Si se le aplican los recursos técnicos adecuados, garantiza una gran precisión en el diseño de la estrategia de comunicación.
6. **Internet como medio de comunicación:** El desarrollo que ha adquirido internet como soporte de comunicación y de marketing ha conseguido que buen número de anunciantes lo haya incluido dentro de sus planes de medios y se ha convertido en un elemento más del proceso de Comunicación Integral.
7. **Las Agencias de Medios y la Comunicación Integral:** Las Agencias de Medios han variado su estrategia y están incrementando el número de servicios que ofrecen al anunciante para incrementar su presencia en la Comunicación Integral.
8. **Las Agencias de Publicidad y la Comunicación Integral:** Las Agencias de Publicidad diseñan y ejecutan actualmente la Comunicación Integral más completa. En este módulo se explican varios casos de aplicación a clientes actuales.

PROFESORADO DEL CURSO

La nómina de profesores del Máster en Comunicación Integral supera el centenar y está compuesta por dos tipos de profesionales:

- Especialistas provenientes de la empresa privada que ocupan en este momento los puestos de dirección de las empresas que poseen departamentos con alguna de las especialidades que se explican en el Máster. Esta cualidad les otorga una solvencia y especialización profesional total.
- Profesores universitarios que imparten docencia sobre dichas materias en las universidades madrileñas y que combinan la docencia con el ejercicio profesional.

TITULACIÓN

La realización del Máster da derecho al título de Magister en Comunicación Integral, titulación oficial reconocida y expedida por la Universidad Complutense.

PERFIL DE LOS CANDIDATOS

Para cursar el Máster en Comunicación Integral se requiere poseer un título universitario superior: Licenciado, Ingeniero o similar. También lo pueden cursar los profesionales en activo con experiencia contrastada en el sector. Los candidatos se seleccionan mediante entrevista personal.

DURACIÓN Y CALENDARIO

La duración del Máster es de un año académico. Se inicia en el mes de octubre de 2007 y finaliza en junio de 2008. El horario de las clases es de Lunes a Jueves, de 18:00 a 21:00.

ORGANIZACIÓN E INSCRIPCIONES

Máster en Comunicación Integral
Centro de Estudios de Gestión
Edificio B, Más Ferré.
Campus de Somosaguas. 28223 Madrid
Tels.: 91 394 29 48 y 656 437 569
E-mail: miguelangel_perezruiz@yahoo.es

DIRECCIÓN DEL CURSO

Director:
D. MIGUEL ÁNGEL PÉREZ RUIZ
Profesor Titular U.C.M.



**Centro de
Estudios de
Gestión**