

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E IDENTIDAD CORPORATIVA

Nuevos Formatos, Medios y Canales para la Comunicación y Desarrollo de Marca Corporativa			
Materia:	Comunicación Estratégica		
Créditos ECTS:	6		
Carácter	Obligatorio		
Unidad temporal:	1 asignatura en el primer cuatrimestre.		
SISTEMA DE EVALUACIÓN		PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación del estudiante (sesiones, foros, tutorías)		5%	10%
Trabajos, proyectos y casos		10%	30%
Test de autoevaluación		5%	10%
Examen final presencial		60%	60%
COMPETENCIAS			
Básicas	Generales	Específicas	Transversales
CB6 - CB10	CG2 – CG5, CG8	CE1, CE2, CE5, CE6, CE9	CT1, CT3, CT5
ACTIVIDADES FORMATIVAS		HORAS	% PRESENCIAL
Sesiones presenciales virtuales		15	0
Lecciones magistrales		6	0
Estudio del material básico		60	0
Lectura del material complementario		45	0
Trabajos, casos prácticos, test		29	0
Tutorías		16	0
Trabajo colaborativo		7	0

Examen final presencial	2	100
Total	180	-

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

Nuevos Formatos, Medios y Canales para la Comunicación y Desarrollo de la Marca Corporativa

Esta asignatura permite al estudiante adquirir las habilidades necesarias para incorporar nuevas herramientas, técnicas o estrategias que ayuden al desempeño de su trabajo. Además, permite comprender los nuevos procesos de la comunicación en diferentes entornos y ampliar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías en el desarrollo de la comunicación y la construcción de marca en las empresas. Asimismo, busca transmitir el hábito profesional por conocer las nuevas tendencias y aplicaciones que el mercado ofrece periódicamente.