

# MÁSTER EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



# CARACTERÍSTICAS



## MODALIDAD ONLINE

Acceso a la plataformas 24 horas al día



## DOCE MESES DE DURACIÓN

1500 Horas lectivas



## TITULO EN MENOS DE UN AÑO

Título de Master en Comunicación institucional



## 11 ESPECIALIDADES

Realización proyecto fin de master obligatorio



## EXECUTIVE ENGLISH

Curso opcional de inglés para negocios

# TEMARIO

## 1. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Identidad Corporativa

La comunicación interna

Liderazgo y comunicación

Comunicación y marca

Responsabilidad Social Corporativa

Comunicación de crisis

Medios de comunicación

Las nuevas tecnologías y la comunicación online

## 2. COACHING EJECUTIVO

Coaching: bases y fundamentos

Tipos de coaching y coaching en las organizaciones

Proceso de coaching y metodologías

Marco teórico y otras herramientas para el coaching

Estudio del caso

## 3. RRPP EMPRESARIAL

Introducción a las Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas como proceso estratégico

# TEMARIO

Relaciones Públicas internas

Relaciones Públicas externas (prensa)

Organización de eventos

Estudio del caso

## 4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Fundamentos de la estrategia

Objetivos estratégicos

El proceso estratégico

Formulación estratégica

Análisis estratégico (en la dinámica de la gestión empresarial)

Desarrollo de la estrategia

Formación e implementación de la estrategia

El cuadro de mando integral (CMI)

Estudio del caso

## 5. PUBLICIDAD

Introducción a la publicidad

Fundamentos de la publicidad

Desarrollo de campañas

# TEMARIO

Consumidores y psicología publicitaria

La nueva publicidad

Estudio del caso

## 6. **RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS**

Introducción a la responsabilidad social corporativa

Grupos de interés o stakeholders

Comunicación y transparencia

Ámbitos de actuación

Componentes de la gestión de la RSC

Medición de la RSC

Estudio del caso

## 7. **MARKETING GENERAL**

Marketing estratégico

Marketing

Marketing integrado de comunicación

Las promociones de ventas

Análisis cuantitativo en las decisiones comerciales

Precios

Estudio del caso

# TEMARIO

## 8. COMMUNITY MANAGEMENT

Introducción al Community Manager

La web social los medios sociales

Redes sociales

Multimedia social y otras plataformas

Plan de social media

Estudio del caso

## 9. COMERCIO ELECTRÓNICO

Introducción al eCommerce

Nuevas tecnologías y cadena de valor

Gestión empresarial

Publicidad y marketing

Atención al cliente, logística y sistemas de pago

Sistemas de seguridad y aspectos legales

Presente y futuro del eCommerce

Estudio del caso

## 10. PRACTITIONER EN PNL

Introducción a la PNL

# TEMARIO

Presuposiciones de la PNL, feedback y objetivos

Sistemas representacionales, accesos oculares, empatía, rapport y claves sensoriales

Metamodelo del lenguaje, calibración, estado asociado / disociado y anclajes

Submodalidades, hipnosis e inteligencia emocional

Resolución de conflictos, metáforas, modelo POPS avanzado y las creencias

Módulo 69. Estudio del caso

## 11. **SOCIAL MEDIA Y POSICIONAMIENTO**

Fundamentos del posicionamiento web

Optimización y herramientas

SEO para móviles

Contenidos y marketing

Campaña SEO y medición

Estudio del caso

