

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

2876 *Resolución de 11 de enero de 2011, de la Universidad de Málaga, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y establecido el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 12 de noviembre de 2010 (publicado en BOE de 16 de diciembre de 2011).

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por las Universidades de Málaga y Cádiz (título conjunto), que queda estructurado conforme al siguiente anexo.

Málaga, 11 de enero de 2011.–La Rectora, Adelaida de la Calle Martín.

ANEXO

Plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por las Universidades de Málaga y Cádiz (título conjunto)

1. Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Orientación: Académica e Investigadora.
3. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia:

Tipo de Materia	Créditos
Obligatorias	54
Trabajo Fin de Máster	6
Créditos totales	60

4. Contenido del plan de estudios.

MÓDULOS	ASIGNATURAS	ECTS
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN.	METODOLOGÍA GENERAL.	3
	OBSERVATORIO EN INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN EN COMUNICACIÓN.	3
GESTIÓN DE PÚBLICOS EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS.	AUDIENCIAS, USOS Y MODELOS COMUNICATIVOS.	3
	ANTROPOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.	3
	NUEVOS MEDIOS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.	3
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE IGUALDAD Y COMUNICACIÓN.	3
	GESTIÓN DE CONFLICTOS POTENCIALES, SITUACIONES DE RIESGOS Y CRISIS.	3
	CEREMONIAL Y PROTOCOLO.	3
TENDENCIAS E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN.	CREATIVIDAD.	3
	NUEVAS FORMAS PUBLICITARIAS.	3
	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA.	3

MÓDULOS	ASIGNATURAS	ECTS
NUEVAS TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN.	NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN INTERNA.	3
	APORTACIONES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS A LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA.	3
COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA.	LA IMAGEN EN EL SECTOR TURÍSTICO.	3
	GESTIÓN, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE PROYECTOS CULTURALES.	3
	COMUNICACIÓN SOLIDARIA. LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES Y EL TERCER SECTOR.	3
	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PARA EL CAMBIO SOCIAL: MODELOS PARTICIPATIVOS Y NUEVOS IMAGINARIOS.	3
TRABAJO FIN DE MÁSTER.	LA COMUNICACIÓN EN EL SECTOR SANITARIO.	3
	TRABAJO FIN DE MÁSTER.	6

5. Ordenación temporal del aprendizaje.

ASIGNATURAS	TEMPORALIDAD
METODOLOGÍA GENERAL.	Primer semestre
OBSERVATORIO EN INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN EN COMUNICACIÓN.	
AUDIENCIAS, USOS Y MODELOS COMUNICATIVOS.	
ANTROPOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.	
NUEVOS MEDIOS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.	
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE IGUALDAD Y COMUNICACIÓN.	
GESTIÓN DE CONFLICTOS POTENCIALES, SITUACIONES DE RIESGOS Y CRISIS.	
CEREMONIAL Y PROTOCOLO.	
CREATIVIDAD.	Segundo semestre
NUEVAS FORMAS PUBLICITARIAS.	
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA.	
NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN INTERNA.	
APORTACIONES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS A LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA.	
LA IMAGEN EN EL SECTOR TURÍSTICO.	
GESTIÓN, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE PROYECTOS CULTURALES.	
COMUNICACIÓN SOLIDARIA. LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES Y EL TERCER SECTOR.	
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PARA EL CAMBIO SOCIAL: MODELOS PARTICIPATIVOS Y NUEVOS IMAGINARIOS.	
LA COMUNICACIÓN EN EL SECTOR SANITARIO.	
TRABAJO FIN DE MÁSTER.	