



MÁSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CORPORATIVA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El RD 822/2021 de 28 de septiembre propone una revisión terminológica que supone la inclusión de los resultados de aprendizaje, y no las competencias, como base del diseño de los planes de estudios. De esta forma, las antiguas competencias pasan a denominarse resultados de aprendizaje y se concretan en:

Conocimientos o contenidos que han sido comprendidos, mediante la asimilación de teorías, información, principios, datos, etc.

Habilidades o destrezas, actitudes y valores para aplicar conocimientos y utilizar técnicas a fin de completar tareas y resolver problemas.

Capacidades demostradas para utilizar conocimientos, destrezas y habilidades personales, sociales y metodológicas en situaciones de trabajo o estudio y en el desarrollo profesional y personal de amplio espectro.

CONOCIMIENTOS

CB6-Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CG1-Conocer los fundamentos antropológicos, psicológicos, sociológicos, jurídicos y éticos de la comunicación institucional en sus distintas facetas.

CG6-Conocer el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones y su relación con la comunicación pública.

CE1- Conocer los fundamentos teóricos de la comunicación política, la comunicación corporativa y de los asuntos públicos, atendiendo a diversas escuelas, teorías y métodos.

CE2-Interpretar y conocer en profundidad las tendencias actuales de la opinión pública, mediante la aplicación de técnicas, herramientas de investigación y analítica especializadas propias de la comunicación política, corporativa y asuntos públicos.

CE3-Conocer el marco legal y deontológico, español y europeo, de la comunicación política, corporativa y de los asuntos públicos.

CE4-Conocer en profundidad los criterios éticos y deontológicos propios de la comunicación institucional asumiendo la responsabilidad profesional que se deriva de una actividad con una importante influencia social.

CE13-Distinguir la estructura de los medios y de los mercados de la comunicación política y corporativa, considerando un enfoque internacional.

CE14-Conocer el funcionamiento de las administraciones y gobiernos y del entorno empresarial, así como las técnicas para establecer relaciones orientadas a influir en las decisiones políticas.

HABILIDADES

CB10-Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB9-Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.



CG2-Poseer habilidades directivas y de planificación.

CG7-Realizar presentaciones eficaces, atendiendo a la diversidad de públicos.

CE5- Diseñar y gestionar planes y proyectos de comunicación integrales, con especial foco en la planificación estratégica, aplicando los procedimientos desarrollados en el ámbito de la comunicación política, corporativa y asuntos públicos.

CE8-Aplicar el registro propio de la comunicación política, corporativa y asuntos públicos en la expresión escrita.

CE9-Implementar de forma innovadora los avances de la tecnología y nuevos medios para la planificación y ejecución de campañas comunicativas integrales, considerando los diferentes públicos, soportes y contextos.

CAPACIDADES

CB7-Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8-Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CG3-Trabajar en equipo y coordinar grupos de trabajo multiculturales.

CG4-Asesorar a personas no expertas en comunicación pública.

CG5-Generar ideas creativas e innovadoras, orientadas a la resolución de problemas de comunicación.

CE6-Aplicar las competencias directivas en consultoría especializada -comunicación política, corporativa y asuntos públicos-, así como en departamentos de comunicación de forma integrada en el conjunto de la organización, orientando la actividad realizada a los objetivos estratégicos.

CE7-Aplicar los métodos de pensamiento creativo integrando las tendencias del marketing, las estrategias de comunicación institucional y el comportamiento del consumidor para dirigirse a entornos multi-stakeholder, con públicos heterogéneos y multiculturales en entornos dinámicos.

CE10-Gestionar la marca de cualquier tipo de organización, empresa o partido político para influir en su imagen, sostenibilidad, notoriedad y reputación, aplicando técnicas y estrategias dirigidas a aumentar su valor, según las métricas y los parámetros vigentes.

CE11-Gestionar la comunicación interna teniendo en cuenta los procesos de toma de decisiones, cuestiones culturales y modelos de motivación y liderazgo, a fin de promover una alineación interna y consistencia de las políticas y programas institucionales o corporativos.

CE12-Prevenir y gestionar situaciones de riesgos y crisis, atendiendo a la dimensión comunicativa, según los diferentes públicos implicados para anticiparse y evitar futuras repercusiones negativas en la institución.