

55ª EDICIÓN



## ***Máster Internacional DirCom Online***

El Máster Internacional DirCom Online de Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional te ofrece la formación, conocimientos y habilidades que te capacitan para liderar, planificar y gestionar el nuevo **management estratégico global** en la nueva economía

Creado y Dirigido por

joanCosta

## DirCom, el Ejecutivo Estratega Global

*El Máster Internacional DirCom Online, que he creado a partir de mis experiencias como consultor corporativo y de mi labor en el mundo universitario, es el más avanzado en la formación y el perfeccionamiento de los directivos del siglo XXI. Actualmente, mi Máste Internacional DirCom se encuentra en su 55ª edición.*



*La novedad principal y la característica distintiva de mi Máster DirCom es la gestión sistémica de la organización y sus interacciones con el entorno, que se concreta en el nuevo **management estratégico global**. El DirCom es el consultor estratégico del CEO, del Consejo de Administración y del equipo de Dirección para la toma de decisiones. Es responsable de la estrategia, comunicación y gestión de los activos y los valores intangibles, que en la actualidad suman el 84% del valor total de las empresas.*

*Este Máster está dedicado a todos aquellos profesionales y estudiantes que, como yo, sienten la pasión por la comunicación humana como fuerza integradora y herramienta estratégica y de gestión, junto con el uso eficiente de las nuevas tecnologías.*

*El gran cambio generacional experimentado y los nuevos retos de la economía global tienen en el paradigma DirCom el modelo avanzado que, una sociedad global cada vez más preparada, exigente e interconectada, demanda de las empresas e instituciones.*

*Una de las tareas del DirCom es recuperar y optimizar la credibilidad y la confianza en las organizaciones, que la crisis económica y de valores ha provocado y afecta a toda la sociedad. Para ello, las empresas deben equilibrar la eficacia y el justo beneficio económico con la responsabilidad y el rendimiento social que legitima a la empresa.*



**Joan Costa**

## Qué te ofrece el Máster Internacional DirCom Online

El DirCom ejerce la Dirección Estratégica y de Comunicación en la empresa. Depende del máximo ejecutivo y es portavoz corporativo ante los *stakeholders*. Es consultor estratégico interno del CEO, el Consejo de Administración y el equipo de Directivos.

Asume la gestión de los activos y estructuras intangibles: la Identidad, la Imagen pública, la Reputación corporativa, la Cultura organizacional, la Marca corporativa y la Responsabilidad Social Corporativa.

Es responsable de las relaciones institucionales, con los *stakeholders*, los medios de comunicación y líderes de opinión.

Diseña los Planes Globales de Acción y Comunicación, integrados a la estrategia general del negocio, y la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.

Y un conjunto de conocimientos sobre estrategias digitales en gestión y comunicación. Investigaciones y métricas para estrategias de comunicación. Comunicación de marketing. Comunicación financiera. Ética y gobierno corporativo. Comunicación de crisis.

## Tres salidas profesionales

El conjunto de conocimientos y habilidades que adquieres con el Máster Internacional DirCom Online, te ofrece tres salidas profesionales, una ventaja única que no ofrece ningún otro Máster en Dirección de Comunicación:

El **DirCom Corporativo** para grandes empresas, pymes y negocios.

El **DirCom Institucional** para organizaciones públicas e instituciones

El **DirCom Consultor** independiente, al servicio de toda clase de empresas, instituciones y organizaciones.

## A quienes interesa el Máster Internacional DirCom

A todos cuantos requieren la formación en el nuevo **management estratégico global**. A aquellos que dirigen las estrategias y acciones de comunicación, y que necesitan ampliar y actualizar sus conocimientos y habilidades con nuevas metodologías y herramientas técnicas.

A aquellos profesionales que trabajan en cualquiera de los aspectos diversos de la Comunicación y que desean obtener un dominio abarcativo y articulado de las prácticas comunicacionales desde una visión actualizada y de largo alcance: Responsables de Comunicaciones, de Innovación, de Talento Humano, Gestión de Intangibles, Marketing, Branding, Medios digitales, Relaciones Públicas, Publicidad, Investigación Social y profesionales de la Consultoría en Imagen y Comunicación, así como de interés para los jóvenes emprendedores que aspiran llevar a cabo su proyecto personal, y a todos los enseñantes y estudiantes de dichas disciplinas.

Interesa también a todo tipo de organizaciones empresariales públicas y privadas, industriales, comerciales y de servicios, administraciones públicas, emprendedores sociales, entidades culturales, políticas, educativas, sin ánimo de lucro, oenegés, etc, que necesitan incorporar el nuevo **management** estratégico global.

Asimismo, interesa a Agencias y Consultorías que deseen ofrecer servicios integrales a través del valor competitivo que implica el modelo DirCom. Y en fin, a todos los estudiantes y profesionales que aspiran a ocupar puestos de responsabilidad en empresas y organizaciones en el ámbito de la comunicación y la información.

## Metodología

El Máster DirCom se imparte a distancia en modalidad online desde el aula virtual de la Universidad. El alumno accede a dicha Aula Virtual mediante un password o clave de entrada donde encuentra los materiales didácticos de cada Módulo.

La relación de los estudiantes con sus profesores-tutores es directa y muy interactiva. Los profesores-tutores responden a las dudas y consultas de los alumnos a lo largo del Curso mediante la plataforma virtual que facilita las videoconferencias, intercambio de voz, documentos y chats interactivos sincrónicos.

Los alumnos participan en Foros y Chats donde exponen sus consultas al profesorado e intercambian sus opiniones con el profesor y con los demás estudiantes.

## Ficha técnica

Créditos: 60 créditos ECTS = 600 horas

Modalidad: Online

Impartición: 12 módulos online más Trabajo Final de Máster

Duración: 15 meses

Titulación Oficial Universitaria: “Magíster en DirCom, Director de Comunicación Empresarial e Institucional”.

## Plan de Estudios

El Máster Internacional Online DirCom se compone de 12 módulos, y se desarrolla bajo el siguiente temario:

1. **El DirCom en la economía de la información y la sociedad del conocimiento.** Un estratega y gestor de las comunicaciones en el nuevo escenario global. Principios, metodología, funciones y responsabilidades. Posición del DirCom en el organigrama. Liderazgo institucional. Comunicaciones integradas en una acción estratégica común. La Identidad y la Cultura. El Modelo de la Imagen. La Marca Corporativa. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.
2. **Management y habilidades directivas.** Socioeconomía de la organización. Cultura de comunicación. Dirección por objetivos y Comunicación por objetivos. La economía basada en el conocimiento determina la organización de las actividades en torno a la información.

Gestión y control de la calidad de la comunicación y de las relaciones. De la información a la responsabilidad. Negociación y resolución de problemas. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.

3. **Cambio cultural y comunicación interna.** La práctica actual de la comunicación interna en el organigrama en red mallada. Cultura Organizacional. El rol del DirCom y RR. HH. en el proyecto de Cambio Cultural y el Sistema de Comunicación interna. Cooperación, trabajo en equipo y motivación. Formas, procesos y herramientas de la comunicación interna y resistencia al cambio. Tendencias en comunicación interna. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.
4. **Reputación Corporativa.** La reputación en la generación de valor. Por qué la comunicación no comercial es política. Gestión y medición de los activos intangibles en la valorización de las organizaciones. El propósito corporativo y la gestión de la reputación en el marco del control de riesgos. Utilización de la Web2.0 y las redes sociales, factor de amenaza y oportunidad. Las crisis graves, causantes de pérdida de reputación, y su difícil pero no imposible reconstrucción. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.
5. **Estrategias digitales en gestión y comunicación integrada**  
La revolución digital y la transformación tecnológica actual de las organizaciones. Evolución de los hábitos: la transcepción, nuevas formas de consumo audiovisual, el fenómeno multipantalla, el tiempo encontrado. Las claves tecnológicas en el mundo de los negocios. Internet y las redes sociales. De la comunicación a la confianza. Los contenidos y el storytelling. Branded Content. Social business. El papel de los medios sociales en la rentabilidad integral de las compañías. Casos y Ejercicios prácticos.
6. **Comunicación de Marketing de producto / servicio e Internet.**  
Comunicación efectiva. Marketing, Branding, Publicidad, Promoción, Marketing directo. Comunicación masiva y con audiencias específicas. Comunicación de marketing de intangibles: los Servicios. La marca en Internet y en las nuevas tecnologías interactivas. La comunicación integrada de marketing portadora y beneficiaria de la imagen global. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.

7. **DirCom Research: investigación de públicos e inteligencia estratégica.** El papel de los públicos internos y externos en las estrategias de comunicación. Efectos e implicaciones de escuchar a los públicos desde una nueva visión holística para la gestión eficaz de la Imagen y la Reputación Corporativa. Conjunto de nuevos modelos y métodos específicos de investigación para las necesidades de la Dirección de Comunicación. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.
8. **Estrategia, táctica y acción.** La estrategia de comunicación y acción integradas, vinculadas a la estrategia general del negocio, como aporte competitivo. Factores determinantes del contexto socioeconómico y tecnológico. Respuestas a los retos actuales y construcción de una propuesta corporativa con valor. Definir posiciones estratégicas en un marco de condicionantes cambiantes. Gestión de vínculos sectoriales y diversidad de públicos. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.
9. **Ética, gobierno corporativo y compromiso social.** Competitividad responsable y ética empresarial. Códigos deontológicos. La Revolución de la Transparencia y la recompensa de un buen Gobierno Corporativo. Gestión de la sostenibilidad empresarial y prácticas corporativas. Incidencia de la conducta ética en el aumento de la consideración corporativa y de su valor bursátil. Responsabilidad social e interés público. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.
10. **Relaciones con los medios y líderes de opinión y Periodismo de empresa.** El Periodismo Corporativo es clave del Departamento de Comunicación. La empresa ante la tendencia ascendente del relacionamiento con los medios de comunicación, los líderes de opinión y *stakeholders*. La oportunidad de informar y las relaciones estratégicas. Elección de soportes y eventos. Los medios de comunicación y sus formas de relación con ellos. Importancia del jefe de prensa y su rol en la práctica de la comunicación interna y externa. El fichero de prensa y el plan de relaciones con los medios. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.
11. **La comunicación en la gestión de crisis.** Prevenir las crisis. Distinguir entre problemas, conflictos, crisis y catástrofes. El análisis CIV. Proacción y reacción estratégicas. Fórmulas para la resolución de conflictos graves para la empresa, las personas y la sociedad. Crisis de

honorabilidad, económico-financieras, internas. Estrategia de comunicación de crisis: el Plan de Comunicación de Crisis. La poscrisis y la oportunidad de cambios. Estudio de casos. Ejercicios prácticos.

12. **Plan Estratégico de Comunicación.** Este Trabajo Final es la estrella del Máster y está dedicado íntegramente a la realización del PEC. A partir de un caso real donde se ofrece la información sobre el contexto y las premisas correspondientes, el alumno debe realizar el Plan Estratégico de Comunicación correspondiente aplicando los conceptos adquiridos en el transcurso del Máster y los que se han desarrollado especialmente en el módulo anterior. Estudio de casos.

Información: [jci@joancostainstitute.com](mailto:jci@joancostainstitute.com)