

Plan de estudios

✓ 225 horas de docencia ✓ 9 asignaturas + TFM ✓ *Masterclass*

✓ Hasta 600h de prácticas extracurriculares en empresas ✓ 20 docentes y colaboradores ✓ 2 complementos formativos (12 ECTS)

Primer cuatrimestre ECTS

Comunicación en Entornos Digitales 5

- Introducción a la comunicación y a la comunicación digital
- Evolución de los medios de comunicación y de los entornos digitales
- Tecnologías y herramientas digitales para la comunicación empresarial
- Medición del impacto de la comunicación digital
- Introducción a las nuevas tecnologías en la comunicación
- Tecnologías emergentes y su influencia en la comunicación y en la comunicación digital
- Evolución de la tecnología en el sector de la comunicación: desde las redes sociales hasta la inteligencia artificial

Ética y Responsabilidad Comunicativa en Entornos Digitales 5

- Principios éticos en la comunicación y en la comunicación digital
- La privacidad y seguridad de los datos
- Desinformación y *fake news*: desafíos éticos y responsabilidades
- La ética en la publicidad digital
- La responsabilidad social corporativa en el entorno digital

Marketing Digital para Empresas Tecnológicas 5

- Fundamentos del marketing digital para empresas del sector tecnológico y otras empresas
- El papel del SEO, el SEM y el marketing de contenidos en las empresas tecnológicas
- El marketing de influencia en el sector digital y tecnológico

Primer cuatrimestre ECTS

Tendencias Digitales y Ecosistema Digital 5

- Tendencias tecnológicas emergentes: IA, AR/VR, etc
- La evolución del comportamiento digital del consumidor
- Transformación digital de las organizaciones: modelos de negocio y estrategias
- El papel de las plataformas digitales y las redes sociales en el ecosistema global
- Impacto de las plataformas de vídeo en directo (YouTube, Twitch, etc.) en la comunicación de marca y en la credibilidad
- Tendencias en la creación de contenidos interactivos y en tiempo real para auditorías digitales
- El uso de la transmisión en directo para la comunicación empresarial y la promoción de productos

Metodologías de Innovación y Diseño Centrado en el Usuario 5

- Fases del diseño centrado en el usuario (UCD)
- Investigación y métodos cualitativos para entender las necesidades de los usuarios
- Metodologías de innovación: Design Thinking, Lean Startup, Agile
- Cómo aplicar las metodologías de innovación en proyectos digitales

Gestión de la Innovación Empresarial 5

- Modelos de gestión de la innovación
- Herramientas y técnicas para la gestión y comunicación de proyectos innovadores
- La importancia de la cultura de la innovación dentro de la organización
- Gestión de I+D: planificación y seguimiento de innovaciones tecnológicas

Segundo cuatrimestre ECTS

Dirección de Proyectos de Comunicación Digital 5

- Fases en la dirección de proyectos de comunicación y comunicación digital
- Gestión de recursos y equipos en los proyectos digitales
- Herramientas y técnicas para la planificación, ejecución y seguimiento de proyectos
- Control de calidad y optimización de los procesos de comunicación digital
- Aplicaciones de la inteligencia artificial en la creación de contenidos (generación de textos, imágenes y vídeos)
- Bots y asistentes virtuales: automatización de la comunicación y atención al cliente digital
- Predicción de comportamientos y personalización de la comunicación mediante IA

Visualización y Narración Comunicativa con Datos 5

- Introducción a la visualización de datos: principios y herramientas básicas
- Diseño de gráficos y tablas para una comunicación eficaz de datos
- La narrativa visual: cómo explicar historias con datos
- Herramientas avanzadas de visualización interactiva
- Aplicación de la visualización de datos en la comunicación digital corporativa

Segundo cuatrimestre ECTS

Gestión y Comunicación de Crisis Tecnológicas 5

- Análisis de crisis tecnológicas: identificación y anticipación
- Estrategias de comunicación durante una crisis tecnológica
- Gestión de la reputación en línea en contextos de crisis
- Herramientas digitales para la gestión de crisis en tiempo real
- Estudio de casos de crisis tecnológicas y sus comunicaciones

Trabajo de Fin de Máster 15

El TFM deberá ser realizado en equipos de hasta tres integrantes, y contarás con la orientación de un profesor doctor que te guiará durante todo el proceso. De acuerdo con la normativa, la evaluación será individual y deberás presentar uno de los siguientes trabajos:

- Plan de marketing o comunicación en el ámbito de la tecnología y la innovación
- Proyecto de innovación, de síntesis documental o de intervención y mejora de la situación actual de una empresa
- Trabajo de investigación relacionado con una de las áreas de especialización