

## Anexo I

# Calendario de los módulos

---

*Máster Oficial en Dirección de Comunicación*



***Índice de contenidos***

<b>1. Cronograma .....</b>	<b>1</b>
----------------------------	----------

## Planificación

### 1. Cronograma

Fecha	Módulos	Materias
<b>2 de noviembre</b>	La dirección de comunicación en la economía de la información y la sociedad del conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos científicos, Metodología y gestión estratégica en la red</li> <li>• El Dircom en la economía de servicios actual</li> </ul>
<b>2 de diciembre</b>	Investigación estratégica y auditoría de imagen global	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La concepción de la comunicación empresarial como factor determinante de los criterios sobre investigación. Los Públicos internos y Externos y los modelos de investigación aplicada a la comunicación</li> <li>• Qué necesita saber un DirCom sobre las técnicas de investigación</li> </ul>
<b>3 de enero</b>	Comunicación institucional y liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Complejidad y liderazgo institucional; Diagnóstico de espacios de intervención</li> <li>• Proyecto de Comunicación Institucional</li> </ul>
<b>1 de febrero</b>	Comunicación de marketing de producto/servicio/internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cambio de paradigmas en Internet en la empresa</li> <li>• Herramientas para gestión de reputación online</li> </ul>
<b>1 de marzo</b>	Comunicación en la gestión de crisis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La prevención en las crisis</li> <li>• El plan de comunicación de crisis</li> </ul>
<b>1 de abril</b>	Ética, gobierno corporativo y compromiso social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad Social Empresarial y Empresa Socialmente Responsable</li> <li>• Prácticas de Buen Gobierno Corporativo</li> </ul>
<b>2 de mayo</b>	Identidad, marca e imagen corporativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de identidad de empresa y producto/servicio</li> <li>• Identidad, imagen corporativa y estrategias de comunicación en proyectos estratégicos</li> </ul>

## Planificación

Fecha	Módulos	Materias
<b>2 de junio</b>	Cultura organizacional y comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación interna</li> <li>• Cultura organizacional y cambio organizacional</li> </ul>
<b>1 de julio</b>	Relaciones con los medios y líderes de opinión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rutinas productivas y relaciones con los medios</li> <li>• Públicos, audiencias y relaciones con los líderes de opinión</li> </ul>
<b>1 de agosto</b>	El plan estratégico de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación Estratégica y el Plan Estratégico de Comunicación</li> <li>• Metodología para realizar un PEC</li> </ul>
<b>Agosto hasta octubre*</b>	Trabajo Fin de Máster	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defensa convocatoria ordinaria: 17 octubre 2025</li> <li>• Defensa convocatoria de recuperación: 7 noviembre 2025</li> </ul>
<b>Enero a agosto</b>	Prácticum	

\* En junio-julio los alumnos deberán establecer el tema del TFM.