

COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS (2021-22)

Código: D069	Fecha de aprobación: 24/02/2012	Precio: 39,27 Créditos en 1ª matrícula
Créditos: 60	Título: Máster Universitario Oficial	

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

PLAN

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS

TIPO DE ENSEÑANZA

Presencial

CENTROS DONDE SE IMPARTE

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

ESTUDIO IMPARTIDO CONJUNTAMENTE CON

Solo se imparte en esta universidad

FECHAS DE EXAMEN

[Acceda al listado de fechas de examen para esta titulación.](#)

PLAN DE ESTUDIOS OFERTADO EN EL CURSO 2021-22

Nodo inicial:

Leyenda: No ofertada Sin docencia

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS COMUNES

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS COMUNES				40 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OBLIGATORIA	5	43601 - COMUNICACIÓN E INTANGIBLES CORPORATIVOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43602 - BRANDING ESTRATÉGICO E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43603 - PRODUCCIÓN Y CONSUMO TRANSMEDIA EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43604 - INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	8	43611 - PRÁCTICAS EN EMPRESAS	
1	TRABAJO FIN DE MÁSTER	12	43612 - TRABAJO FIN DE MÁSTER	

ASIGNATURAS COMUNES

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS COMUNES				20 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OBLIGATORIA	5	43601 - COMUNICACIÓN E INTANGIBLES CORPORATIVOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43602 - BRANDING ESTRATÉGICO E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43603 - PRODUCCIÓN Y CONSUMO TRANSMEDIA EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43604 - INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	

ASIGNATURAS OPTATIVAS COMUNES				5 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OPTATIVA	5	43608 - HABILIDADES INVESTIGADORAS EN COMUNICACIÓN	
1	OPTATIVA	5	43614 - HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA APLICADAS A LA COMUNICACIÓN	
1	OPTATIVA	5	43615 - HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA APLICADAS A LA COMUNICACIÓN	

PRÁCTICAS EN EMPRESA				8 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OBLIGATORIA	8	43611 - PRÁCTICAS EN EMPRESAS	

TFM				12 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	TRABAJO FIN DE MÁSTER	12	43612 - TRABAJO FIN DE MÁSTER	

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS 2016

OBLIGATORIAS				24 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OBLIGATORIA	5	43602 - BRANDING ESTRATÉGICO E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43603 - PRODUCCIÓN Y CONSUMO TRANSMEDIA EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43604 - INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	4	43617 - PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OBLIGATORIA	5	43618 - SOCIAL MEDIA Y COMUNICACIÓN DIGITAL	

OPTATIVAS DE ITINERARIO				15 créditos
ITINERARIO 1				
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OPTATIVA	5	43606 - HABILIDADES PERSONALES ORIENTADAS A LA DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OPTATIVA	10	43620 - COMUNICACIÓN E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS	

ITINERARIO 2				
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OPTATIVA	5	43609 - PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN INDUSTRIAS CREATIVAS	
1	OPTATIVA	10	43613 - SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	

OPTATIVAS COMUNES				15 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OPTATIVA	5	43608 - HABILIDADES INVESTIGADORAS EN COMUNICACIÓN	
1	OPTATIVA	5	43621 - SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CONSUMO	
1	OPTATIVA	5	43622 - NEGOCIO Y MERCADO DE LA ECONOMÍA CREATIVA	
1	OPTATIVA	10	43623 - PRÁCTICAS EN EMPRESA	

TFM				6 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	

1 TRABAJO FIN DE MÁSTER 6 [43619 - TRABAJO FIN DE MÁSTER](#)

ITINERARIO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

20 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	5	43609 - PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN INDUSTRIAS CREATIVAS

OBLIGATORIAS DEL ITINERARIO

15 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	10	43605 - NEGOCIO Y MERCADO DE LA ECONOMÍA CREATIVA
1	OPTATIVA	5	43606 - HABILIDADES PERSONALES ORIENTADAS A LA DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS. ITINERARIO DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN

20 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	5	43609 - PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN INDUSTRIAS CREATIVAS

OBLIGATORIAS DEL ITINERARIO

15 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	5	43608 - HABILIDADES INVESTIGADORAS EN COMUNICACIÓN

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS. ITINERARIO INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

15 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	10	43605 - NEGOCIO Y MERCADO DE LA ECONOMÍA CREATIVA
1	OPTATIVA	5	43606 - HABILIDADES PERSONALES ORIENTADAS A LA DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS. ITINERARIO DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS

ITINERARIO: EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS

15 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	5	43609 - PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN INDUSTRIAS CREATIVAS
1	OPTATIVA	10	43613 - SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS. ITINERARIO EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS

ITINERARIO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

15 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	5	43606 - HABILIDADES PERSONALES ORIENTADAS A LA DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS
1	OPTATIVA	10	43620 - COMUNICACIÓN E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS. ITINERARIO DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ITINERARIO: EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS

ITINERARIO: EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS

15 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OPTATIVA	5	43609 - PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN INDUSTRIAS CREATIVAS
1	OPTATIVA	10	43613 - SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS. ITINERARIO EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS

Resumen plan estudios

OBJETIVOS

MÁSTER EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS

El Máster en Comunicación e Industrias Creativas ofrece un tronco común de conocimientos, destrezas y habilidades, y dos itinerarios distintos de especialización entre los que puede optar el estudiante.

El objetivo común es ofrecer una visión integrada de la Comunicación en el contexto de la economía creativa, que permita a los estudiantes profundizar en las ventajas competitivas y oportunidades de la Comunicación como herramienta estratégica de gestión que genera valor en las organizaciones, sean empresas o instituciones, y que supone además una oportunidad de emprendimiento y de autoempleo en un sector dinámico y en expansión.

Los objetivos específicos de cada itinerario son:

ESPECIALIZACIÓN EN LA GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN (DIRCOM)

El máster, en su itinerario Dir-Com, forma a profesionales que gestionen la comunicación en y para las empresas, sobre todo de los sectores de las industrias creativas. El objetivo es formar a gestores que participen en la creación de valor, promotores de los intangibles más valiosos: los que generan hoy mayor crecimiento para la organización con una asignación eficiente de recursos. Directivos con capacidad de análisis, con el máximo compromiso con la cuenta de resultados y activamente involucrados en la visión estratégica empresarial, especialmente en los sectores de las industrias creativas, aunque también en el resto de sectores tradicionales de nuestro entorno donde se precise de creatividad integral, en procesos y en resultados.

El Dircom representa el paso del técnico al estratega en comunicación, involucrado en la estrategia general del negocio, y con una visión a medio y largo plazo.

ESPECIALIZACIÓN EN EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS

El Máster, en este itinerario de Emprendimientos en Industrias Creativas, permite al alumno conocer los sectores que conforman la economía creativa, tanto aquellos considerados propiamente culturales (la industria editorial, musical, audiovisual –cine, televisión, videojuegos-, las artes plásticas y la actividad museística, el patrimonio) como aquellos otros que caben en el radio más abarcador de las industrias creativas: la moda, la gastronomía, la arquitectura, el diseño. Cada una de esas industrias posee modelos de negocio característicos, pero a la vez todas ellas entran, de forma creciente, en sinergias industriales y corporativas. El alumno aprenderá a planificar, programar, comunicar, producir, montar y evaluar un evento real que atañe a creadores de varias industrias culturales y creativas. Además adquirirá las competencias necesarias para valorar, gestionar y rentabilizar el activo principal de cualquier industria creativa: la explotación de la propiedad intelectual e industrial que poseen los productos o servicios que comercializan.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES DEL TÍTULO (CG)

- CG1: Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales de la comunicación, con especial atención a la gestión integral y a la investigación y medida de la eficacia de los procesos comunicativos en el ámbito de las industrias creativas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)

- CS1: Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.
- CS2: Habilidad para adaptarse a los objetivos organizacionales.
- CS3: Estudio de la configuración de la personalidad pública de las organizaciones y la gestión de los activos intangibles en sus programas de comunicación.
- CS4: Conocimiento de la delimitación conceptual, las características, la situación actual y las perspectivas de las industrias culturales y creativas.
- CS5: Capacidad y habilidad para utilizar el pensamiento creativo, idear, conocer y detectar tendencias emergentes en el ámbito de la comunicación de las industrias creativas.
- CS6: Conocimiento del funcionamiento de las organizaciones y del mercado de la comunicación.
- CS7: Capacidad y habilidad para diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal.
- CS8: Habilidad para gestionar la interacción con otros desarrollando la inteligencia emocional, potenciar el emprendedurismo, desarrollar el liderazgo y resolver los conflictos derivados del trabajo cooperativo.
- CS9: Conocimiento teórico-práctico de las técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación en comunicación y de la estadística aplicada.
- CS10: Capacidad para definir temas de investigación, realizar un planteamiento investigador, identificar fuentes de documentación y difundir el conocimiento científico de la comunicación.
- CS11: Capacidad para expresarse en el idioma inglés con fluidez, utilizando adecuadamente la terminología de la comunicación.
- CS12: Conocimiento y capacidad para entender la problemática de los derechos de autor en las industrias creativas.
- CS14: Comprender los procesos globales de la comunicación de los productos de las industrias creativas emergentes, su estructura, los formatos que adoptan y las sinergias que se establecen entre las tendencias en las industrias culturales y creativas, sus productos y la comunicación con los públicos.
- CS15: Capacidad y habilidad para crear, aplicar y auditar el plan de comunicación.
- CS16: Capacidad para la toma de decisiones en grupo, la argumentación, escucha activa, defensa de las ideas y la gestión del tiempo de un proyecto de comunicación.

COMPETENCIAS BÁSICAS Y DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR)

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

- [Estructura del máster por créditos y materia](#)
- [Distribución de asignaturas por curso / semestres](#)
- [Planificación general del plan de estudios](#)

ESTRUCTURA DEL MÁSTER POR CRÉDITOS Y MATERIA

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias (OB)	24
Optativas (OP)	30
Trabajo Fin de Máster (OB)	6
TOTAL CRÉDITOS	60

DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR CURSO / SEMESTRES

SEMESTRE 1			SEMESTRE 2		
ASIGNATURA	TIPO	ECTS	ASIGNATURA	TIPO	ECTS
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	OB	4	TRABAJO FIN DE MÁSTER	OB	6
BRANDING ESTRATÉGICO E INTANGIBLES EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	OB	5	PRÁCTICAS EN EMPRESA	OP	10
PRODUCCIÓN Y CONSUMO TRANSMEDIA EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	OB	5	SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CONSUMO	OP	5
INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	OB	5	NEGOCIO Y MERCADO DE LA ECONOMÍA CREATIVA	OP	5
SOCIAL MEDIA Y COMUNICACIÓN DIGITAL	OB	5			
HABILIDADES INVESTIGADORAS EN COMUNICACIÓN	OP	5			
ITINERARIO: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN (DIRCOM)			COMUNICACIÓN E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS	OP	10
			HABILIDADES PERSONALES ORIENTADAS A LA DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	OP	5
ITINERARIO: EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS			SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	OP	10
			PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL E INDUSTRIAS CREATIVAS	OP	5

PLANIFICACIÓN GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios del Máster Universitario en Comunicación e Industrias Creativas habilita la posibilidad de especializar al alumno en dos ámbitos en función del itinerario escogido:

- Itinerario de especialización en Dirección y Gestión de la comunicación.
- Itinerario de especialización en Emprendimientos en industrias creativas.

La docencia es PRESENCIAL. Para poder ser calificado, el alumno deberá asistir al 80% de las sesiones (sistema de control de firmas en cada sesión de dos horas).

El alumno puede decidir cursar el título a tiempo completo o a tiempo parcial. El alumno tendrá que cursar 60 ects configurados del siguiente modo: 24 ECTS obligatorios, 30 ECTS optativos y 6 ECTS TFM. Dentro de los 30 ECTS Optativos podrá cursar de forma opcional 10 ECTS de PRÁCTICAS. En función de si cursa o no las PRÁCTICAS, para completar el plan de estudios deberá cursar 5 ECTS (si cursa PRÁCTICAS) ó 15 ECTS (si no cursa PRÁCTICAS) de optativas comunes y 15 ECTS de optativas de itinerario.

No obstante, el alumno necesariamente deberá cursar las siguientes asignaturas optativas según el itinerario escogido:

- Itinerario de especialización en Gestión y Dirección de la comunicación: El alumno deberá cursar las asignaturas "COMUNICACIÓN E INTANGIBLES EN INDUSTRIAS CREATIVAS" y "HABILIDADES PERSONALES ORIENTADAS A LA DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS II.CC." (15

ECTS).

- Itinerario de especialización en Emprendimientos en las II.CC.: El alumno deberá cursar las asignaturas “SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS” y “PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELLECTUAL EN INDUSTRIAS CREATIVAS” (15 ECTS). El alumno, con independencia del itinerario escogido, deberá elegir entre las siguientes asignaturas optativas ofertadas para los dos itinerarios: Estas son: “SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL CONSUMO”, “NEGOCIO Y MERCADO DE LA ECONOMÍA CREATIVA” y/o “HABILIDADES INVESTIGADORAS EN COMUNICACIÓN”.

- [Requisitos de Acceso](#)
- [Perfil de ingreso](#)
- [Admisión y Criterios de Valoración](#)
- [Preinscripción y Matrícula](#)
- [Oferta de Plazas](#)

REQUISITOS DE ACCESO

Según la Normativa de la Universidad de Alicante, para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario será necesario:

1. Estar en posesión de un TÍTULO UNIVERSITARIO OFICIAL ESPAÑOL u otro expedido por una institución de educación superior del [EEES](#) (Espacio Europeo de Educación Superior) que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.
2. Estar en posesión de un TÍTULO DE EDUCACIÓN SUPERIOR EXTRANJERO que haya sido HOMOLOGADO al título que permite acceder a los estudios solicitados.
3. Estar en posesión de un TÍTULO UNIVERSITARIO obtenido en una Universidad o Centro de Enseñanza Superior de PAÍSES AJENOS AL EEES, sin necesidad de la homologación previa de sus estudios. En este supuesto hay que tener en cuenta:
 - El Título no homologado requiere un informe técnico de equivalencia expedido por la Universidad de Alicante ([ContinUA - Centro de Formación Continua](#)), por el que se deberá abonar la [tasa correspondiente](#).
 - El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el/la interesado/a, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de máster universitario.

PERFIL DE INGRESO

El Máster está dirigido preferentemente a graduados/licenciados en Administración y Dirección de Empresas, diplomados en Ciencias Empresariales, graduados/licenciados en Economía, licenciados en Ciencias del Trabajo, graduados/diplomados en Turismo, graduados/diplomados en Relaciones Laborales, ingenieros técnicos/superiores y otras titulaciones que requieran formación directiva complementaria.

ADMISIÓN Y CRITERIOS DE VALORACIÓN

El acceso a los títulos oficiales de máster ofertados por la Universidad de Alicante requerirá estar en posesión del título de grado o equivalente y la admisión establecida por la Comisión académica del Máster, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente (art. 14 RD1393/2007).

Condiciones o pruebas de acceso especiales:

El acceso al Máster estará regulado fundamentalmente por el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007. Por lo tanto, serán requisitos imprescindibles:

- a) Estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de Educación Superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.
- b) También podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

Los **criterios de admisión específicos del Máster** serán:

En el caso de que la demanda supere a la oferta, se tendrán en cuenta la nota media del expediente académico del título universitario y el nivel de idiomas acreditado. De acuerdo con el procedimiento de preinscripción de la Universidad de Alicante.

Los aspirantes extranjeros no hispanohablantes deberán acreditar su conocimiento del español con certificado oficial de nivel B2 o equivalente.

PREINSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

PREINSCRIPCIÓN [+info](#)

El alumno interesado en cursar un Máster Oficial en la UA, deberá realizar una preinscripción en los plazos y condiciones que se establezcan anualmente.

Preguntas frecuentes

MATRÍCULA [+info](#)

Tras la publicación de las listas definitivas de admitidos se enviará por correo electrónico a los alumnos admitidos una contraseña que servirá de identificación de usuario para poder matricularse a través de **Campus Virtual** en los plazos y condiciones que se establezcan anualmente.

En el procedimiento de matrícula, los **documentos expedidos en el extranjero** deberán ser oficiales y estar debidamente legalizados y traducidos, más información:

- <http://sga.ua.es/es/normativa-academica/legalizacion/legalizacion-de-documentos.html>

OFERTA DE PLAZAS

CURSO	OFERTA DE PLAZAS
2012-13	30
2013-14	35
2014-15	35
2015-16	35
2016-17	35

- [Orientación](#)
- [Perfil de especialización](#)
- [Perfil profesional](#)

ORIENTACIÓN

PROFESIONAL

El Máster propuesto tiene una orientación profesional y los dos itinerarios planteados son:

- DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN
- EMPRENDIMIENTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS.

El desiderátum es conseguir que los alumnos se orienten al ejercicio profesional, bien en la gestión de la comunicación en empresas e instituciones, bien en los emprendimientos relacionados con la actividad cultural y con las industrias creativas.

PERFIL DE ESPECIALIZACIÓN DEL TÍTULO

El Máster universitario en Comunicación e industrias creativas tiene dos itinerarios:

Gestión Y Dirección de la Comunicación

Pretende formar a profesionales que gestionen la comunicación EN y DESDE las empresas. Con gran capacidad de análisis, mayor compromiso con las cuentas de resultado de las empresas y activamente involucrados en la visión estratégica empresarial. El objetivo es formar gestores de la creación de valor, promotores de los intangibles más valiosos, los que generan crecimiento para la organización con un coste mínimo de recursos. El DirCom representa el paso del técnico en comunicación que actúa bajo el paradigma acción-reacción, en el corto plazo, al estrategia que diseña planes de comunicación, involucrados en la estrategia general del negocio, y con visión a largo plazo. Es por ello que el ámbito de la Industria Creativa parece el más oportuno para formar a este tipo de profesionales: las Industrias Creativas son aquellas en que más evidente es la necesidad de la preparación en habilidades de dirección y gestión de la comunicación, y a la vez la orientación en Industrias Creativas permitirá al titulado aplicar sus destrezas no sólo en sectores de la producción considerados *a priori* como creativos, sino en ámbitos donde la comunicación innovadora y creativa parecía secundaria o subsidiaria de otras decisiones estratégicas empresariales (de producto, financieras, comerciales, de marketing). Es decir, que la Dirección en Comunicación aspire a permear y a hacerse valer no sólo en los sectores productivos creativos, donde el peso de lo simbólico y lo intangible es más evidente, sino idealmente en toda producción y distribución de bienes y servicios de cualquier tipo.

Emprendimientos en Industrias Creativas:

En este itinerario de especialización, el alumno podrá alcanzar un conocimiento profundo de los distintos sectores que conforman la economía creativa, tanto aquellos considerados propiamente culturales (la industria editorial, musical audiovisual –cine, televisión, videojuegos-, las artes plásticas y la actividad museística, el patrimonio) como aquellas otras que caben en el radio más abarcador de las industrias creativas: la moda, la gastronomía, la arquitectura, el diseño). Cada una de esas industrias posee modelos de negocio característicos, a la vez que entran, de forma creciente, en sinergias industriales y corporativas. Además adquirirá las competencias necesarias para valorar, gestionar y rentabilizar el activo principal de cualquier industria creativa: la explotación de la propiedad intelectual e industrial que poseen los productos o servicios que comercializan.

Adicionalmente, y en la oferta de materias optativas, se ofrecen al estudiante las herramientas (tanto cualitativas como cuantitativas) para iniciarse en la investigación en el ámbito general de las ciencias sociales, y más en concreto en el ámbito de las ciencias de la comunicación. El Máster es profesionalizante en sus dos itinerarios, pero las herramientas de investigación, que se ofrecen como asignaturas optativas, pueden resultar muy útiles tanto para aquel alumno que desee proseguir estudios de doctorado enfocados a una tesis como para los alumnos que requerirán, incluso en su ejercicio profesional, de los instrumentos para medir y evaluar la eficacia de sus estrategias de comunicación, manejar recursos avanzados de documentación y en definitiva estar en condiciones de conocer empíricamente lo que demanda el mercado.

PERFILES PROFESIONALES DEL TÍTULO

- Dirección y gestión de la comunicación en organizaciones públicas y/o privadas.
- Investigación de los medios de comunicación.
- Investigación de los públicos de la comunicación.
- Investigación aplicada a la prospectiva y tendencias del mercado de la comunicación.
- Comunicación de la investigación.
- Dirección de intangibles y marca.
- Consultor estratégico en publicidad y relaciones públicas.
- Consultor estratégico en comunicación organizacional, marcas e intangibles.
- Planificación estratégica de la comunicación corporativa.
- Auditor estratégico en comunicación organizacional.
- Dirección creativa de marcas/ brand manager.
- Dirección de relaciones institucionales de las industrias creativas.

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

1. Cronograma de implantación del Título

Curso académico	Implantación del Máster
2011-2012	Primer curso

2. Procedimiento de adaptación, en su caso, de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

De acuerdo con el artículo 6.3 del Real Decreto 861/2010: "El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente...".

3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto

La implantación del Máster no conlleva la extinción de enseñanzas de Posgrado (Máster o Doctorado) previas.

- [Memoria Verificada](#)
- [Resolución Consejo de Universidades \(CU\): Verificación positiva](#)
- [Resolución Consejo de Universidades \(CU\): Renovación de la acreditación](#)
- [Autorización de la Generalitat Valenciana](#)

Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) del Título

- Estructura del Centro para la Calidad
 - [Comisión de Garantía Interna de Calidad](#)
 - [Otras Comisiones](#)
- [Manual SGIC](#)
- [Procedimientos](#)
 - [Estratégicos \(PE\)](#)
 - [Clave \(PC\)](#)
 - [Apoyo \(PA\)](#)
 - [Medida \(PM\)](#)
- [Gestión del SGIC](#) (Acceso a ASTUA)

Seguimiento del Título

- [Autoinformes UA](#)
- [Informes externos AVAP](#)
- [Otros informes](#)
- [Planes de mejora](#)
- [Progreso y resultados del aprendizaje](#)

Información del Centro	Información general para el alumno
<ul style="list-style-type: none">• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Secretaría de la Facultad (Edificio Germán Bernácer) <p>Campus de San Vicente del Raspeig Ctra. de Alicante s/n 03690 San Vicente del Raspeig (Alicante) Teléfono:+ 34 96 590 3670/3671/3770 Fax:+ 34 96 590 9789 master.economicas@ua.es economicas.ua.es/es/</p> <p>Web del máster</p> <ul style="list-style-type: none">• Centro de Formación Continua (ContinUA) <p>Solo para el proceso de preinscripción</p> <p>Edificio Germán Bernácer, planta baja Teléfono: + 34 96 590 9422 Fax: + 34 96 590 9442 continua@ua.es http://web.ua.es/es/continua</p>	<ul style="list-style-type: none">• Becas y ayudas• Alojamiento• Comedores y cafeterías• Transporte• Atención médica de urgencia• Seguros• Atención estudiantes con necesidades especiales• Representación y participación estudiantil• Tarjeta de identificación universitaria (TIU)• Preguntas frecuentes
Normativa general de la UA	+ Información titulación
<ul style="list-style-type: none">• Normativa y procedimientos académicos de la Universidad de Alicante	<ul style="list-style-type: none">• BOE de publicación del plan de estudios Modificación 2014 Modificación 2016• Web propia• Web movilidad• Folleto informativo• Datos del título en el RUCT