

UNIVERSIDAD
DE NAVARRA
**MÁSTER EJECUTIVO EN
REPUTACION CORPORATIVA**
**EXECUTIVE MASTER'S DEGREE
IN CORPORATE REPUTATION**



AREA DE CIENCIAS SOCIALES
SOCIAL SCIENCES AREA



CAMPUS MADRID



Universidad
de Navarra

M' PROGRAMAS
MÁSTER



T 680 423 810
MASTERS@UNAV.ES
MERC@UNAV.ES
MIportal.UNAV.EDU

SERVICIO DE ADMISIÓN
ADMISSIONS OFFICE

CAMPUS MADRID
ZURBANO, 73
28010 MADRID
T +34 948 425 614
F +35 948 425 733



DL NA 208-2017

M'



Universidad
de Navarra

M' PROGRAMAS
MÁSTER

UNIVERSIDAD
DE NAVARRA
**MÁSTER EJECUTIVO EN
REPUTACION CORPORATIVA**
**EXECUTIVE MASTER'S DEGREE IN
CORPORATE REPUTATION**

unav.edu

La comunicación es sinónimo de capacidad transformadora. El MERC forma a profesionales con capacidades directivas, mentalidad estratégica e inteligencia social para gestionar la reputación de las organizaciones; profesionales capaces de aportar valor y contenidos, que conjugan el dominio de la cultura corporativa de sus empresas e instituciones con el análisis acertado del impacto en el entorno, para poder promover el cambio con eficacia.

Communication is a byword for transforming ability. The MERC prepares professionals with an executive sense, strategic mind and social intelligence that are able to manage reputation in organizations; professionals that contribute with values and contents, that master the corporate culture of their companies and institutions in combination with the right analysis of their impact in their social setting, in order to promote change efficiently.

CRÉDITOS 60 ECTS
DURACIÓN 10 meses
CAMPUS Campus de Madrid
MODALIDAD Ejecutiva presencial
IDIOMAS Español e inglés
CONTACTO Ane Murua
 merc@unav.es



CREDITS 60 ECTS credits
DURATION 10 months
CAMPUS Madrid Campus
FORMAT Executive on site
LANGUAGES Spanish and English
CONTACT Ane Murua
 merc@unav.es

PERFIL ALUMNO

El máster se dirige a los responsables de la gestión de los intangibles de las organizaciones. También a los profesionales de la comunicación -bien en instituciones públicas o privadas, bien en consultoras-, que deseen capacitarse para dar el salto a puestos directivos.

Será imprescindible que los alumnos acrediten un nivel de inglés mínimo según el Test of English as a Foreign Language, el nivel First de Cambridge, u otros que se consideren equivalentes según el criterio del Instituto de Idiomas de la Universidad de Navarra. Para los extranjeros se les pedirá que acrediten el nivel B2 de español.



STUDENT PROFILE

The master's degree is aimed at people who are responsible for managing the intangible assets of organizations. It is also aimed at communication professionals working in public and private institutions and consultancy firms who are interested in acquiring the skills to take the step up into managerial positions.

Students must prove that they have reached a minimum level of English through the Cambridge English: First, the Test of English as a Foreign Language, or any other test considered equivalent according to the criteria of the University of Navarra's Institute of Modern Languages. Foreign students are expected to prove that they have B2 level of Spanish.

¿POR QUÉ EN LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA?

El Máster Ejecutivo en Reputación Corporativa se asienta sobre tres elementos distintivos:

1. Una visión interdisciplinar e innovadora de los contenidos que aúna la formación en competencias directivas, con la reputación y la inteligencia social. Contar con la colaboración de un centro de investigación como el Instituto Cultura y Sociedad de la Universidad de Navarra aporta un valor único en un programa de estas características.
2. Un enfoque internacional, gracias a alianzas académicas y profesionales con socios de prestigio global. La trayectoria del Máster en Comunicación Política y Corporativa, el Building Universities' Reputation Conference y los contactos de la Facultad de Comunicación lo hacen posible.
3. Una plataforma de acceso a las *best practices* profesionales en el sector, con la posibilidad de establecer relaciones relevantes. La experiencia y las conexiones profesionales creadas en estos años permiten asegurar la calidad de este networking.

STUDYING AT THE UNIVERSITY OF NAVARRA

The Executive Master's Degree in Corporate Reputation has three distinguishing features:

1. An innovative, interdisciplinary approach to content that provides training in managerial skills, as well as reputation and social intelligence. Collaboration with a research center of the Institute of Culture and Society (ICS) contributes unique value to a program of this kind.
2. The international dimension is generated by academic and professional alliances with globally renowned partners. It is also made possible by the experience gained from the Master's Degree Program in Political and Corporate Communication and the Building Universities' Reputation (BUR) International Conference, as well as the contacts of the School of Communication.
3. A platform for accessing the best professional practices in the industry and the chance of making relevant contacts. The experience and professional connections created in the last few years help ensure the quality of this network.



INTERNACIONALIZACIÓN

La internacionalización del máster tiene las siguientes líneas fundamentales:

1. Materias impartidas en inglés por académicos internacionales de reconocido prestigio.
2. Relaciones con las principales asociaciones internacionales de profesionales del sector como The Arthur W. Page Society, Global Alliance for Public Relations and Communication Management and EACD (European Association of Communication Directors) con quienes ya existen relaciones previas.
3. Semana intensiva de clases presenciales y visitas a empresas en Londres.

ALTO NIVEL DEL PROFESORADO

El claustro del máster estará formado por profesores de la Facultad de Comunicación, profesores del IESE y de otros centros de la Universidad de Navarra e investigadores del ICS, junto con profesionales del sector y profesores de diferentes países.

PROYECCIÓN PROFESIONAL

El máster está orientado a formar a los nuevos directores de comunicación con el perfil estratégico que reclama el mercado actual: expertos en comunicación, con formación directiva e inteligencia social, orientados a aportar valor a sus organizaciones, que trabajen, con método y con métricas, en el cultivo de la reputación. También completa la formación de directores generales, directores de recursos humanos, gerentes, responsables de internacionalización y de relaciones institucionales, y de otros directivos interesados en la gestión de los intangibles.

PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios se articula en cuatro módulos:

A. FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN

En este módulo se desarrollan competencias directivas y sus materias se imparten en los primeros meses del curso. Son fundamentales para que los alumnos, trabajando en grupo, las pongan posteriormente en práctica al resolver problemas concretos de gestión (18 ECTS).

B. FUNDAMENTOS DE LOS INTANGIBLES Y DE LA REPUTACIÓN

Este módulo, que ocupa la parte central del curso, con base en las competencias directivas del módulo anterior, se encarga de desarrollar los conocimientos disciplinares y técnicos de la gestión de los intangibles y la construcción de la reputación (21 ECTS).

C. INTELIGENCIA SOCIAL

Este módulo aporta un conocimiento diferencial, ya que busca proporcionar al alumno conocimientos y herramientas para gestionar la relación de las instituciones con las sociedades cada vez más complejas y en profunda transformación en las que estas operan. Se trata de adquirir las categorías teóricas de análisis que, desde planteamientos interdisciplinares, sean más útiles para entender las sociedades contemporáneas; por otro lado, es preciso conocer metodologías innovadoras e incisivas que permitan identificar y comprender las tendencias sociales. Este módulo se impartiría en colaboración con el Instituto Cultura y Sociedad (15 ECTS).

D. TRABAJO FIN DE MÁSTER. (6 ECTS)



INTERNATIONALIZATION

The international outlook of the master's degree is based on the following key strands:

1. Subjects taught in English by renowned international academics.
2. Relationships with the main international associations in the industry, such as the Arthur W. Page Society, the Global Alliance for Public Relations and Communication Management and the European Association of Communication Directors (EACD).
3. The MERC offers one intensive week in London where students attend on campus classes and visit different companies.

FIRST-RATE TEACHING STAFF

The academic staff of the master's program includes professors from the School of Communication, IESE Business School and other University of Navarra centers, as well as researchers from the Institute of Culture and Society (ICS), industry professionals and academics from other countries.

PROFESSIONAL PROSPECTS

The master's degree is designed to equip new communication managers with the strategic profile demanded by today's market: communication experts with management training and social intelligence who contribute value to their organizations, are natural communicators, and know how to use methods and metrics to enhance reputation. It is also designed to allow managing directors, interested in the management of intangible assets to complete their training.

60

CRÉDITOS CREDITS



#1

FACULTAD PIONERA EN ESPAÑA
 PIONEER SCHOOL OF COMMUNICATION IN SPAIN

MÉTODO DEL CASO +
WORK SHOPS
 + CASE METHOD

PROFESORADO: FACULTY

FCOM
UNAV
IESE
ICS

ALIANZAS ALLIANCES

dircom
 Asociación de Directores de Comunicación

CORPORATE EXCELLENCE
 CENTRE FOR REPUTATION LEADERSHIP

CURRICULUM

The curriculum is organized in four modules:

A. FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT

The subjects in this module develop management competences and are taught in the first few months of the academic year. Class members then work in groups to put these fundamentals into practice by solving specific management problems (18 ECTS credits).

B. FUNDAMENTALS OF INTANGIBLE ASSETS AND REPUTATION

This module makes up the core of the program and is based on the management competences of the previous module. It develops technical knowledge in the discipline of intangibles and reputation building (21 ECTS credits).

C. SOCIAL INTELLIGENCE

This module's unique content aims to update practitioners' knowledge and equip them with the tools they need to manage relations between institutions and increasingly complex societies in a constantly transforming environment. The objective is to take an interdisciplinary approach and find the most useful ways of analyzing contemporary society. The content also includes innovative and incisive methods that can be used to identify and understand social trends. This module is taught in collaboration with the Institute of Culture and Society (15 ECTS credits).

D. MASTER'S THESIS PROJECT (6 ECTS credits)

SOLICITUD DE INFORMACIÓN MÁSTER EJECUTIVO EN REPUTACIÓN CORPORATIVA / REQUEST INFORMATION EXECUTIVE MASTER'S DEGREE IN CORPORATE REPUTATION	
INFORMACIÓN PERSONAL / PERSONAL INFORMATION	DIRECCIÓN / ADDRESS
NOMBRE / NAME	TÍTULO / DEGREE PROGRAM
APellidos / SURNAME	UNIVERSIDAD / UNIVERSITY
CODIGO POSTAL / POSTAL CODE	PAÍS DEL CENTRO / COUNTRY
LOCALIDAD / CITY	PAÍS DEL CENTRO / COUNTRY
PROVINCIA / PROVINCE	FIRMA / SIGNATURE
PAÍS / COUNTRY	

Los datos aquí recogidos se almacenarán y tratarán en un fichero para usar (servicio y prestación de servicios propios y complementarios, como el envío de información y publicaciones relacionadas con esta institución. Los datos quedan almacenados y conservados expresamente por la Universidad de Navarra. Las personas legitimadas podrán ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición regulados por la Ley 15/1999, de 13 de mayo, de protección de datos de carácter personal. Para ejercer estos derechos, dirigirse a la dirección que consta en este impreso.

The information collected here will be included and processed in a file for internal use and to provide complementary services such as the sending of information and publications related to the development of the University of Navarra. Applicants are informed of their rights and give express consent to the entry, responsible for the file, to release the information for the aforementioned purposes. Legitimised persons may exercise the rights of access, correction, cancellation and opposition regulated by Law 15/1999 by contacting the address indicated.