

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Navarra		Facultad de Comunicación	31006612
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Gestión de Empresas de Comunicación	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Gestión de Empresas de Comunicación por la Universidad de Navarra			
NIVEL MECES			
3			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Mónica Herrero Subías		Decana de la Facultad de comunicación	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		73200870N	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Luis Echarri Prim		Director del Servicio de Innovación Educativa	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		15773751Y	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Mónica Herrero Subías		Decana de la Facultad de comunicación	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		73200870N	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
Campus universitario Universidad de Navarra		31009	Pamplona/Iruña
E-MAIL		PROVINCIA	FAX
lecharri@unav.es		Navarra	948425619

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Navarra, AM 11 de junio de 2014
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Gestión de Empresas de Comunicación por la Universidad de Navarra	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Periodismo	Administración y gestión de empresas

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad de Navarra

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
031	Universidad de Navarra

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
0	42	18

LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad de Navarra

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
31006612	Facultad de Comunicación

1.3.2. Facultad de Comunicación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
30	30	

TIEMPO COMPLETO		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	45.0	60.0
RESTO DE AÑOS	6.0	60.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	6.0	45.0
RESTO DE AÑOS	6.0	45.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.unav.es/fcom/mgec/programa_normas.html		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
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.
GENERALES
CG2 - Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.
CG3 - Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.
CG4 - Ser capaz de realizar eficazmente procesos de análisis, síntesis, crítica y autocrítica, aplicados a la comprensión de conocimientos y problemas complejos.
CG5 - Ser capaz de valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
CG6 - Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
CG7 - Ser capaz de buscar y gestionar información relevante para adaptarse con flexibilidad a nuevas situaciones y cambios.
CG8 - Ser capaz de desarrollar habilidades para la planificación y gestión del tiempo, para la resolución eficaz de problemas y la toma de decisiones en entornos de trabajo en equipos interdisciplinares,
CG9 - Ser capaz de utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
CG10 - Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.
CG11 - Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
CG12 - Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.
CG13 - Ser capaz de apreciar el conocimiento de otras culturas y costumbres, y valorar la diversidad multicultural y la habilidad para trabajar en un contexto internacional.
CG14 - Ser capaz de asumir como profesional y como ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida, y el compromiso de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.
CG15 - Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.
CG1 - Ser capaz de integrar conocimientos avanzados sobre un tema y para hacer frente a la resolución de problemas complejos.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE9 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la gestión de operaciones - la gestión de los recursos

y operaciones de sistemas de información, el desarrollo, gestión y explotación de los procesos productivos, y su impacto en las organizaciones, y la gestión de contenidos en los diversos medios.
CE10 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del las tecnologías de la información (TIC) - la comprensión y el uso de las TIC para su aplicación en los negocios, y la comprensión de su impacto en los distintos mercados de la comunicación.
CE11 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de las políticas de la empresa y de su estrategia a largo plazo - el desarrollo de políticas y estrategias apropiadas dentro de un entorno cambiante, para satisfacer los intereses de la empresa, de sus clientes y stakeholders.
CE12 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del las relaciones de las empresas con sus entornos - incluye la sostenibilidad, la globalización, la responsabilidad social corporativa, y la relación con los marcos regulatorios.
CE13 - Ser capaces de pensar críticamente y de ser creativos: la gestión de los procesos creativos en sí mismos, así como de organizar, analizar, sintetizar ideas, y evaluar propuestas de gestión críticamente.
CE14 - Ser capaces de resolver problemas complejos y tomar decisiones: establecer criterios, el uso apropiado de toma de decisiones técnicas incluyendo la identificación, formulación y solución de problemas empresariales, y la capacidad de crear, identificar y evaluar opciones, la capacidad para aplicar y revisar las decisiones
CE15 - Ser capaces de llevar a cabo procesos de investigación en las empresas y en torno a cuestiones relacionadas con la gestión, ya sea individualmente o como parte de un equipo, a través de la recopilación de datos, análisis, síntesis y presentación de informes
CE16 - Ser capaces de usar la información y el conocimiento de manera efectiva: la digitalización y organización de datos, síntesis y análisis con el fin de extraer el significado abstracto de la información, y para compartir conocimientos
CE17 - Ser capaces de utilizar el cálculo y de desarrollar habilidades cuantitativas, incluida la utilización de los modelos de negocio
CE18 - Ser capaces de gestionar de forma eficaz comunicación en ambos sentidos: desarrollo de habilidades de escucha, de una eficaz comunicación oral y escrita de ideas y argumentos complejos, utilizando una variedad de medios de comunicación, incluida la preparación de informes empresariales
CE19 - Ser capaces de desarrollar habilidades personales clave para la eficacia: crítica, auto-conciencia, auto-reflexión y auto-gestión, gestión del tiempo, desarrollo de sensibilidad ante la diversidad en las personas, en las situaciones, y en las culturas, y la capacidad de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.
CE20 - Ser capaces de tener un desempeño eficaz en entornos de trabajo directivo en equipo y desarrollar la capacidad de reconocer y utilizar las particulares contribuciones generadas en el grupo, así como los procesos para negociar y persuadir o influir en los demás.
CE21 - Ser capaces de desarrollar habilidades de liderazgo y de gestión del rendimiento: la selección de estilo de liderazgo apropiado para diferentes situaciones, el establecimiento de objetivos certeros, el ejercicio de la motivación, el seguimiento de los resultados, etc.
CE22 - Ser capaces de reconocer y abordar los dilemas éticos y la responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos a las situaciones y opciones que se presentan.
CE1 - Ser competentes en el análisis, la síntesis y la solución de problemas empresariales simples y complejos que se plantean en las empresas que operan en los mercados de la comunicación.
CE2 - Ser capaces de comunicar sus conclusiones, y al mismo tiempo aplicar sus habilidades a la implementación de las soluciones acordadas, de manera eficaz y eficiente, teniendo en cuenta las especificidades de las empresas de comunicación.
CE3 - Ser capaces de desarrollar habilidades interpersonales y de interacción eficaz, con una amplia gama de profesionales, dentro y fuera de sus organizaciones.
CE4 - Ser capaces de recoger la información pertinente sobre los entornos y contextos relevantes para la empresa de comunicación, de analizar y sintetizar la información en una forma apropiada con el fin de evaluar alternativas de decisión.
CE5 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del funcionamiento de los Mercados - desarrollo y funcionamiento de los mercados de recursos, bienes y servicios en el campo de las empresas de comunicación.
CE6 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del análisis de clientes y audiencias.
CE7 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del la financiación - las fuentes, usos y gestión de las finanzas, el uso de la contabilidad y otros sistemas de información para las aplicaciones de gestión y para la valoración de los estados financieros.

CE8 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la dirección de personas - la gestión y el desarrollo de las personas dentro de las organizaciones.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión

El proceso de solicitud para la admisión de candidatos al Máster en Gestión de Empresas de Comunicación se abre en el mes de octubre y concluye en junio. Tanto el procedimiento de admisión como las pruebas y requisitos de acceso se han elaborado conforme a lo prescrito por los artículos 16 y 17 del RD 1393/2007. En este sentido, los estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de la discapacidad contarán en el proceso de admisión con un asesor académico que evaluará la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

El procedimiento de admisión es el siguiente:

1. Recepción de las solicitudes de admisión en el campus urbano de la Universidad de Navarra en Madrid.
2. Informe del Comité de Dirección del Máster en Comunicación Política y Corporativa.
3. Registro de la admisión en la aplicación informática de la secretaría del Máster.
4. Envío de la solicitud de admisión a la Comisión de Estudios de Posgrado. Las admisiones se notificarán a los interesados antes del 7 de junio. A partir de esa fecha se remitirán a medida que se vayan informando.

Cada expediente debe incluir:

- a. Original del formulario de admisión, que incluirá al menos una fotografía. Se recomienda que el Centro guarde una fotocopia o tome nota de la dirección para poder notificar la admisión posteriormente.
- b. Informe del Comité Directivo del Máster.
- c. Documentación académica

Alumnos diplomados o licenciados por la Universidad de Navarra:

No es necesario que presenten nada. Conviene advertirles que para poder solicitar la admisión al Máster deben solicitar previamente el título de diplomado o licenciado.

Alumnos con título oficial español de otras Universidades:

- Original o fotocopia compulsada de la certificación académica personal en la que consten las asignaturas superadas con su calificación.
- Fotocopia compulsada del título o del resguardo de haberlo solicitado.

Alumnos con título extranjero homologado:

- Original o fotocopia compulsada de la certificación académica personal en la que consten las asignaturas superadas con su calificación.
- Fotocopia compulsada del título o del resguardo de haberlo solicitado.
- Fotocopia compulsada de la credencial de homologación.

Alumnos con título extranjero no homologado:

- Original o fotocopia compulsada de la certificación académica personal en la que consten las asignaturas superadas con su calificación.
- Fotocopia compulsada del título o del resguardo de haberlo solicitado.

La compulsada puede realizarse ante Notario o autoridad pública competente, o en la Universidad que expidió el título. Si la fotocopia no está compulsada deberá presentar el original para su cotejo en la secretaría del máster (que sellará las copias).

Documento de identidad del alumno:

- Alumnos españoles: Fotocopia del DNI.
- Alumnos de la Unión Europea: Fotocopia de la carta de identidad de su país (documento análogo al DNI español).
- Alumnos de otros países: Fotocopia del pasaporte. En ningún caso el NIE.

5. Comunicación de la Comisión de Estudios de Posgrado (que resuelve la admisión por delegación del Rectorado) por la que se ratifica la admisión de los alumnos.

6. Notificación de la admisión desde los respectivos Centros. En la carta de admisión se incorpora el usuario y contraseña provisional que asigna la Gestión Académica al alumno, la dirección web en la que el alumno puede dar de alta su expediente y el plazo de matrícula.

El candidato que solicita la admisión al programa Máster en Gestión de Empresas de Comunicación puede hacerlo bien a través de la web, por correo postal o presencialmente.

Desde ese preciso momento se sigue un proceso que incluye: envío de información acerca del programa (contenidos, actividades complementarias, estancia en el extranjero y prácticas profesionales), atención y respuesta a la información que personalmente demande cada candidato, así como guía acerca del proceso y pruebas de admisión.

Existen dos períodos en los que los candidatos pueden realizar las pruebas de admisión al máster: el que tiene lugar entre el 10 de enero y el 28 de febrero y el que tiene lugar entre el 10 y el 31 de mayo. De este modo, los candidatos que estén en posesión del título de licenciado o graduado en enero, podrán realizar las pruebas de admisión en el primer período. En tal caso, el Comité de Admisión del Máster, formado por su Comité Directivo, resuelve las admisiones presentadas a comienzos de marzo y envía una carta de admisión a los candidatos admitidos, que debe ser ratificada por la Comisión de Estudios de Posgrado.

El segundo período ordinario para la realización de las pruebas de admisión transcurre entre el 10 y el 31 de mayo y concluye antes del 7 de junio con la resolución de las admisiones, que debe ser ratificada por la Comisión de Estudios de Posgrado.

Como ya se ha comentado, los estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad contarán en el proceso de admisión con un asesor académico que evaluará la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

Pruebas de Admisión

Son requisitos básicos necesarios para solicitar la admisión en el Máster:

1. Cumplir con los requisitos previstos en la legislación vigente.
2. Acreditar un nivel suficiente de inglés, que se acredita mediante la realización de una prueba de resolución de un caso en inglés, que forma parte de las pruebas de admisión, o mediante la acreditación de una puntuación suficiente en el TOEFL o en los exámenes de Cambridge (detallados en el punto sobre el Perfil de ingreso).
3. Enviar un currículum vitae personal, debidamente certificado, que incluya tanto el itinerario académico como profesional del solicitante que demuestre inquietud intelectual, perfil humanístico e inclinación a la empresa.
4. Completar y enviar el impreso de solicitud de admisión, que se puede obtener en la página web del Máster: www.unav.es/fcom/mcpc y www.unav.es/fcom/mgec.
5. Enviar a la Universidad de Navarra, por los medios que se determinen, la cantidad estipulada en la página web en concepto de derechos de inscripción.

En cuanto a la valoración de méritos, el comité de admisión tiene especialmente presente la experiencia profesional dentro del campo de la comunicación, así como la orientación del candidato hacia los campos relacionados con la temática del Máster.

Para completar la evaluación de méritos, en el proceso de selección se debe:

1. Realizar las pruebas de admisión establecidas a tal efecto, consistentes en una entrevista personal y la resolución individual de un caso práctico de gestión de empresas.
2. De manera opcional, se admiten también hasta tres cartas de recomendación debidamente firmadas.

La selección de estudiantes se realiza de acuerdo a la valoración ponderada de los siguientes elementos, cada uno de ellos puntuable en una escala de 1 a 5, dando por hecho que todos los candidatos cumplen los requisitos básicos comentados:

- ¿ Currículum académico (30%)
- ¿ Currículum profesional (30%)
- ¿ Resultado de las pruebas de admisión (30%)
- ¿ Cartas de recomendación (10%)

Las pruebas de admisión para los candidatos españoles se realizan en Madrid. Para los candidatos de otros países, especialmente en América Latina, la Facultad de Comunicación cuenta con representantes o delegados que se encargan habitualmente de dichas tareas y cuentan con una información completa acerca de las características del Máster. A todos ellos se les envía tanto el cuestionario (ya comentado en un epígrafe anterior) sobre el que deben basar la entrevista personal con el candidato, como el modelo de informe que deben remitir al Comité Directivo del Máster, junto con la resolución del caso realizada por el solicitante.

Por lo que refiere a los alumnos becados por la Fundación Carolina, la valoración de los candidatos se realiza conjuntamente entre el Comité Directivo del MGECC y el comité nombrado al efecto por la Fundación Carolina, de acuerdo con sus normas de concesión de Becas, siempre que los satisfagan los requisitos básicos fijados por el Máster.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Apoyo y Orientación a estudiantes

Los estudiantes admitidos reciben, junto a la carta con la resolución favorable de su solicitud, las indicaciones necesarias para realizar la matrícula. En el momento de formalizar la matrícula se les proporciona el identificador que les permite acceder a los servicios de la Universidad.

Desde la dirección del Máster, también se envía en las semanas previas al comienzo del curso, una carta de bienvenida a cada uno de los alumnos en la que se le informa de la fecha y lugar de comienzo del curso, actividades previstas para el primer día del curso (Jornada de Bienvenida) y nombre y forma de localizar al profesor que será su asesor académico durante el programa.

La Jornada de Bienvenida consiste en una serie de sesiones de bienvenida y orientación, que incluyen los siguientes contenidos:

- Sesión de apertura por parte del Director del Máster.
- Información acerca de la Universidad de Navarra y la Facultad de Comunicación.
- Visita guiada al campus urbano de la Universidad de Navarra en Madrid.
- Sesiones de trabajo en las que se detalla información precisa acerca del Máster. Además, a cada alumno se le proporciona una carpeta en la que figura por escrito amplia información acerca de:
 - o el calendario académico del curso
 - o la explicación del plan de estudios: descriptores de los módulos, materias y asignaturas, metodología docente y sistema de evaluación

El Asesoramiento académico personalizado es un sistema de apoyo disponible para todos los alumnos del Máster: su objetivo es mejorar el rendimiento académico del alumno, facilitar su integración en la vida universitaria y colaborar en la formación cultural, humana y profesional de cada alumno. Es el asesor quien conoce mejor a cada alumno, tiene un contacto frecuente con él y acceso directo ¿mediante los programas de gestión académica- a todo su expediente. Los asesores de los alumnos del Máster forman parte siempre del claustro de profesores, o del equipo directivo del MGECC.

En el asesoramiento, se tratan, entre otros, los siguientes aspectos:

- Organización del tiempo y formas de estudio
- Espíritu universitario: interés por la cultura, iniciativa, empuje para liderar propuestas profesionales, interdisciplinariedad
- Habilidades de comunicación oral y escrita
- Acceso a actividades formativas extra académicas y manejo de los instrumentos informáticos.
- Orientación sobre la carrera profesional

Para los alumnos no españoles, la Universidad de Navarra cuenta además con un Servicio de Relaciones Internacionales que guía al nuevo alumno, le ayuda en cuanto a los posibles problemas de adaptación, e incluso facilita la gestión de los trámites burocráticos para obtener el permiso de residencia, si esto es necesario. La página web del servicio (www.unav.es/internacional) contiene consejos prácticos para la llegada a España. A principios del curso se realizan unas Jornadas de Orientación para alumnos internacionales, que incluyen una serie de eventos que tienen lugar unos días antes del comienzo de las clases. El objetivo de estas jornadas es ayudar a los estudiantes internacionales a adaptarse a su nueva vida en el campus urbano de la Universidad de Navarra en Madrid. Con la ayuda de alumnos de todas las facultades, los nuevos estudiantes internacionales conocerán la Universidad, las bibliotecas, los sistemas informáticos, el polideportivo, la ciudad de Pamplona y al resto de estudiantes internacionales recién llegados al Campus.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS EN LOS ESTUDIOS DE MÁSTER DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

Reconocimiento de créditos:

1. Podrán reconocerse los estudios cursados en otros planes de estudio conducentes a la obtención de titulaciones oficiales de máster, en la Universidad de Navarra o en cualquier otro centro universitario que imparta esas titulaciones, o equivalentes.
2. También podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

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.

No obstante lo anterior, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior o en su caso en su totalidad siempre y cuando el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial. La memoria de verificación de este título oficial deberá recoger tal circunstancia así como la información preceptiva al respecto.

3. En ningún caso podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al trabajo de fin de máster.
4. Además de las señaladas, se reconocen las materias cursadas en otra Universidad, en el marco de un programa de intercambio o convenio suscrito por la Universidad.
5. Estos reconocimientos tendrán reflejo en el expediente académico del alumno y computarán a fin de obtener el título oficial, después de abonar los derechos que en su caso se establezcan.

Transferencia de créditos

6. También se incluirán en su expediente académico la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.
7. Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título.

Procedimiento

8. El alumno deberá presentar su solicitud de reconocimiento en las Oficinas Generales de la universidad para su registro. Junto a la solicitud adjuntará el certificado académico que acredite la superación de los estudios que desea reconocer y el programa de los mismos.

Las Oficinas Generales enviarán el expediente de reconocimiento al centro responsable del máster.

La Comisión de reconocimiento del máster evaluará las competencias adquiridas en los estudios previos y emitirá el preceptivo informe de reconocimiento.

Visto el informe de reconocimiento el Rectorado emitirá la correspondiente resolución.

Las Oficinas Generales la comunicarán al alumno por correo postal y por correo electrónico.

Comisión de reconocimiento

9. Cada máster contará con una comisión de reconocimiento designada por el Centro responsable, que realizará el pertinente estudio de competencias acreditadas para la emisión del informe de reconocimiento.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
AF1 Clases presenciales		
AF2 Discusión de casos		
AF3 Trabajo individual		
AF4 Reuniones de grupo		
AF5 Tutorías		
AF6 Seminarios		
AF7 Evaluación		
AF9 Trabajo Fin de Máster		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
M1 Clases expositivas		
M2 Discusión de casos		
M3 Lectura y trabajo individual de los casos y del material de estudio		
M4 Reuniones de discusión		
M5 Entrevistas		
M6 Seminarios con directivos especializados		
M7 Preparación y realización de las diferentes pruebas		
M9 Preparación y defensa del TFM		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SE1 Intervención en clases presenciales		
SE2 Valoración de exámenes		
SE3 Valoración de trabajos		
SE5. Valoración de TFM: memoria y presentación pública del TFM frente a un tribunal		
5.5 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Módulo Capacidades y herramientas directivas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Trimestral		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
12		
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Planificación y acción directiva</p> <p>Acción Directiva y Toma de Decisiones. Reflexión sobre las características de los directivos en las empresas de comunicación. Estudio crítico del concepto de organización y de los diferentes modelos de organización. Evaluación de las funciones de la dirección y las virtudes que ha de tener un directivo.</p> <p>Planificación y Control. Distinguir los diferentes sistemas de planificación y las dimensiones de la dirección estratégica. Análisis crítico de los modos de crecimiento de las compañías y diseño de estrategias. Identificar los diferentes modelos de gestión y conocer y aplicar los sistemas de control de la calidad.</p> <p>Liderazgo, motivación y cultura organizativa</p> <p>Comportamiento de las Organizaciones. Reflexión sobre el concepto de eficacia y eficiencia en el ámbito de la empresa. Aprendizaje de los procesos de la toma de decisiones consistentes. Distinción de la motivación racional y de la motivación espontánea. La aplicación del criterio de consistencia y criterios éticos.</p> <p>Dirección, Liderazgo e Innovación. Teoría de la acción directiva. Distinguir las capacidades directivas y los rasgos de los gestores, emprendedores y líderes, poniendo especial énfasis en el espíritu emprendedor e innovador.</p> <p>Comunicación y negociación</p> <p>Comunicación. Entender las relaciones entre la cultura corporativa, posicionamiento y comunicación interna. Desarrollo de estrategias de comunicación externa, distinguiendo las relaciones institucionales y la influencia del lobby.</p> <p>Negociación. Negociar con eficacia implica aprender, desarrollar, asumir y poner en práctica toda una serie de habilidades, técnicas y capacidades para encaminar con garantías de éxito situaciones de interés personal, profesional o de empresa..</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.		
CG3 - Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.		
CG4 - Ser capaz de realizar eficazmente procesos de análisis, síntesis, crítica y autocrítica, aplicados a la comprensión de conocimientos y problemas complejos.		
CG5 - Ser capaz de valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.		
CG6 - Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.		

CG7 - Ser capaz de buscar y gestionar información relevante para adaptarse con flexibilidad a nuevas situaciones y cambios.
CG8 - Ser capaz de desarrollar habilidades para la planificación y gestión del tiempo, para la resolución eficaz de problemas y la toma de decisiones en entornos de trabajo en equipos interdisciplinarios,
CG9 - Ser capaz de utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
CG10 - Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.
CG11 - Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
CG12 - Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.
CG13 - Ser capaz de apreciar el conocimiento de otras culturas y costumbres, y valorar la diversidad multicultural y la habilidad para trabajar en un contexto internacional.
CG14 - Ser capaz de asumir como profesional y como ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida, y el compromiso de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.
CG15 - Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.
CG1 - Ser capaz de integrar conocimientos avanzados sobre un tema y para hacer frente a la resolución de problemas complejos.
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.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE18 - Ser capaces de gestionar de forma eficaz comunicación en ambos sentidos: desarrollo de habilidades de escucha, de una eficaz comunicación oral y escrita de ideas y argumentos complejos, utilizando una variedad de medios de comunicación, incluida la preparación de informes empresariales
CE19 - Ser capaces de desarrollar habilidades personales clave para la eficacia: crítica, auto-conciencia, auto-reflexión y auto-gestión, gestión del tiempo, desarrollo de sensibilidad ante la diversidad en las personas, en las situaciones, y en las culturas, y la capacidad de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.
CE20 - Ser capaces de tener un desempeño eficaz en entornos de trabajo directivo en equipo y desarrollar la capacidad de reconocer y utilizar las particulares contribuciones generadas en el grupo, así como los procesos para negociar y persuadir o influir en los demás.
CE21 - Ser capaces de desarrollar habilidades de liderazgo y de gestión del rendimiento: la selección de estilo de liderazgo apropiado para diferentes situaciones, el establecimiento de objetivos certeros, el ejercicio de la motivación, el seguimiento de los resultados, etc.
CE1 - Ser competentes en el análisis, la síntesis y la solución de problemas empresariales simples y complejos que se plantean en las empresas que operan en los mercados de la comunicación.
CE2 - Ser capaces de comunicar sus conclusiones, y al mismo tiempo aplicar sus habilidades a la implementación de las soluciones acordadas, de manera eficaz y eficiente, teniendo en cuenta las especificidades de las empresas de comunicación.
CE3 - Ser capaces de desarrollar habilidades interpersonales y de interacción eficaz, con una amplia gama de profesionales, dentro y fuera de sus organizaciones.

CE4 - Ser capaces de recoger la información pertinente sobre los entornos y contextos relevantes para la empresa de comunicación, de analizar y sintetizar la información en una forma apropiada con el fin de evaluar alternativas de decisión.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AF1 Clases presenciales	50	100
AF2 Discusión de casos	50	100
AF3 Trabajo individual	112.5	0
AF4 Reuniones de grupo	50	0
AF5 Tutorías	2.5	100
AF6 Seminarios	12.5	100
AF7 Evaluación	22.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
M1 Clases expositivas		
M2 Discusión de casos		
M3 Lectura y trabajo individual de los casos y del material de estudio		
M4 Reuniones de discusión		
M5 Entrevistas		
M6 Seminarios con directivos especializados		
M7 Preparación y realización de las diferentes pruebas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SE1 Intervención en clases presenciales	40.0	50.0
SE2 Valoración de exámenes	20.0	25.0
SE3 Valoración de trabajos	20.0	25.0
NIVEL 2: Módulo Funciones, Procesos y estrategias		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
18		
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Financiación

Gestión financiera. Análisis y diagnósticos financieros. Análisis de ratios. Adquirir técnicas para el análisis de inversiones. Aprender a tomar decisiones de inversión y analizar con sentido crítico la contabilidad financiera y políticas contables en empresas comerciales, industriales y de servicios.

Control de gestión. Una visión práctica sobre el concepto de control de gestión, que acerque al alumno a la operativa y responsabilidades del *controller*, desde el punto de vista del cumplimiento de objetivos económicos y financieros. Entender el papel del auditor.

Marketing

Dirección de Marketing. Introducción a los fundamentos de la disciplina del marketing. Conceptos, principales teorías y conocimiento del marco científico que sustenta esta práctica. Análisis de las decisiones estratégicas de marketing, especialmente en el sector de la comunicación.

Dirección Comercial. Entender la interrelación e importancia de las variables de marketing. Estudio de las principales variables en la fijación de precios, la gestión del canal de distribución y la comunicación comercial.

Dirección de personas y de operaciones

Dirección de Operaciones. Profundización en los conceptos de operaciones y desarrollo de estrategias de operaciones en diversas actividades de comunicación y entretenimiento.

Dirección de personas. Entender los aspectos relacionados con la dirección de recursos humanos de una compañía de comunicación: gestión de la carrera profesional, selección, contratación y estrategias de motivación, gestión de conflictos laborales, técnicas de evaluación y remuneración.

Contenidos

Gestión de Contenidos. Aprender a valorar desde criterios de calidad los contenidos de los medios. Entender la actividad comercial de la gestión de contenidos. Gestionar con eficacia la cadena de valor.

Estrategias de producto. Estudio de los conceptos de la dirección de producto. Organización, ubicación en la estructura de las compañías y aplicación en el mundo de las empresas de comunicación. Se prestará especial atención al lanzamiento de nuevos productos y a las.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.

CG3 - Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.

CG4 - Ser capaz de realizar eficazmente procesos de análisis, síntesis, crítica y autocrítica, aplicados a la comprensión de conocimientos y problemas complejos.

CG5 - Ser capaz de valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.

CG6 - Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.

CG7 - Ser capaz de buscar y gestionar información relevante para adaptarse con flexibilidad a nuevas situaciones y cambios.

CG8 - Ser capaz de desarrollar habilidades para la planificación y gestión del tiempo, para la resolución eficaz de problemas y la toma de decisiones en entornos de trabajo en equipos interdisciplinares,

CG9 - Ser capaz de utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.

CG10 - Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.

CG11 - Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.		
CG12 - Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.		
CG13 - Ser capaz de apreciar el conocimiento de otras culturas y costumbres, y valorar la diversidad multicultural y la habilidad para trabajar en un contexto internacional.		
CG14 - Ser capaz de asumir como profesional y como ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida, y el compromiso de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.		
CG15 - Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.		
CG1 - Ser capaz de integrar conocimientos avanzados sobre un tema y para hacer frente a la resolución de problemas complejos.		
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.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE9 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la gestión de operaciones - la gestión de los recursos y operaciones de sistemas de información, el desarrollo, gestión y explotación de los procesos productivos, y su impacto en las organizaciones, y la gestión de contenidos en los diversos medios.		
CE10 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del las tecnologías de la información (TIC) - la comprensión y el uso de las TIC para su aplicación en los negocios, y la comprensión de su impacto en los distintos mercados de la comunicación.		
CE13 - Ser capaces de pensar críticamente y de ser creativos: la gestión de los procesos creativos en sí mismos, así como de organizar, analizar, sintetizar ideas, y evaluar propuestas de gestión críticamente.		
CE17 - Ser capaces de utilizar el cálculo y de desarrollar habilidades cuantitativas, incluida la utilización de los modelos de negocio		
CE5 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del funcionamiento de los Mercados - desarrollo y funcionamiento de los mercados de recursos, bienes y servicios en el campo de las empresas de comunicación.		
CE7 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del la financiación - las fuentes, usos y gestión de las finanzas, el uso de la contabilidad y otros sistemas de información para las aplicaciones de gestión y para la valoración de los estados financieros.		
CE8 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la dirección de personas - la gestión y el desarrollo de las personas dentro de las organizaciones.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AF1 Clases presenciales	75	100
AF2 Discusión de casos	75	100
AF3 Trabajo individual	162.5	0

AF4 Reuniones de grupo	75	0
AF5 Tutorías	5	100
AF6 Seminarios	20	100
AF7 Evaluación	37.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
M1 Clases expositivas		
M2 Discusión de casos		
M3 Lectura y trabajo individual de los casos y del material de estudio		
M4 Reuniones de discusión		
M5 Entrevistas		
M6 Seminarios con directivos especializados		
M7 Preparación y realización de las diferentes pruebas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SE1 Intervención en clases presenciales	40.0	50.0
SE2 Valoración de exámenes	20.0	25.0
SE3 Valoración de trabajos	20.0	25.0
NIVEL 2: Módulo Políticas de empresa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Trimestral		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
	12	
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

5.5.1.3 CONTENIDOS

Entornos de la comunicación

Análisis de entornos y mercados. La materia de análisis de entornos y mercados proporciona al estudiante las bases para su formación en la naturaleza, funciones, historia y evolución de la realidad política, económica, empresarial y social que le permita comprender las claves fundamentales de los grandes grupos de comunicación.

Marco legal. En esta materia se analizan las principales obligaciones jurídicas y retos deontológicos que atañen a la profesión.

El alumno analizará críticamente su aplicación práctica en casos concretos y actuales. Para ello, se abordarán los conceptos jurídicos fundamentales, regulación específica del sector de la comunicación comercial e institucional, así como el análisis de la relación con los códigos deontológicos profesionales.

Mercados y audiencia

Análisis de clientes y audiencias. Estudio de las herramientas necesarias para conocer a fondo los mercados de medios para la difusión de mensajes, incluyendo las características singulares de cada medio, cuotas de mercado, audiencias e inversiones publicitarias. Conocimiento de las técnicas de planificación, compra y negociación de espacios y tiempos publicitarios y las variables cuantitativas y cualitativas en que se basan.

Investigación de mercados. Descripción y desarrollo general de las fases de una investigación de mercados con aplicación a la toma de decisiones. Se incide en las técnicas aplicables y la valoración de proyectos de investigación e investigaciones completas. Desarrollo de una investigación de mercados con técnicas cuantitativas y/o cualitativas, incluyendo el tratamiento y la presentación de los datos resultantes.

Dirección estratégica

Dirección estratégica. Esta materia tiene como objeto el estudio y análisis de la dirección estratégica que adoptan en el mercado las empresas de comunicación. Para ello, el alumno comprenderá conceptos claves de la dirección estratégica, desde el punto de vista del desarrollo de la empresa a largo plazo en entornos cada vez más cambiantes.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.

CG3 - Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.

CG4 - Ser capaz de realizar eficazmente procesos de análisis, síntesis, crítica y autocrítica, aplicados a la comprensión de conocimientos y problemas complejos.

CG5 - Ser capaz de valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.

CG6 - Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.

CG7 - Ser capaz de buscar y gestionar información relevante para adaptarse con flexibilidad a nuevas situaciones y cambios.

CG8 - Ser capaz de desarrollar habilidades para la planificación y gestión del tiempo, para la resolución eficaz de problemas y la toma de decisiones en entornos de trabajo en equipos interdisciplinarios,

CG9 - Ser capaz de utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.

CG10 - Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.

CG11 - Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.

CG12 - Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

CG13 - Ser capaz de apreciar el conocimiento de otras culturas y costumbres, y valorar la diversidad multicultural y la habilidad para trabajar en un contexto internacional.

CG14 - Ser capaz de asumir como profesional y como ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida, y el compromiso de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.		
CG15 - Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.		
CG1 - Ser capaz de integrar conocimientos avanzados sobre un tema y para hacer frente a la resolución de problemas complejos.		
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.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE11 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de las políticas de la empresa y de su estrategia a largo plazo - el desarrollo de políticas y estrategias apropiadas dentro de un entorno cambiante, para satisfacer los intereses de la empresa, de sus clientes y stakeholders.		
CE12 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de las relaciones de las empresas con sus entornos - incluye la sostenibilidad, la globalización, la responsabilidad social corporativa, y la relación con los marcos regulatorios.		
CE6 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del análisis de clientes y audiencias.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AF1 Clases presenciales	50	100
AF2 Discusión de casos	50	100
AF3 Trabajo individual	112.5	0
AF4 Reuniones de grupo	50	0
AF5 Tutorías	2.5	100
AF6 Seminarios	12.5	100
AF7 Evaluación	22.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
M1 Clases expositivas		
M2 Discusión de casos		
M3 Lectura y trabajo individual de los casos y del material de estudio		
M4 Reuniones de discusión		
M5 Entrevistas		
M6 Seminarios con directivos especializados		
M7 Preparación y realización de las diferentes pruebas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SE1 Intervención en clases presenciales	40.0	50.0

SE2 Valoración de exámenes	20.0	25.0
SE3 Valoración de trabajos	20.0	25.0
NIVEL 2: Módulo Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Trimestral		
ECTS Trimestral 1	ECTS Trimestral 2	ECTS Trimestral 3
		18
ECTS Trimestral 4	ECTS Trimestral 5	ECTS Trimestral 6
ECTS Trimestral 7	ECTS Trimestral 8	ECTS Trimestral 9
ECTS Trimestral 10	ECTS Trimestral 11	ECTS Trimestral 12
ECTS Trimestral 13	ECTS Trimestral 14	ECTS Trimestral 15
ECTS Trimestral 16	ECTS Trimestral 17	ECTS Trimestral 18
ECTS Trimestral 19	ECTS Trimestral 20	ECTS Trimestral 21
ECTS Trimestral 22	ECTS Trimestral 23	ECTS Trimestral 24
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>El Trabajo de Fin de Máster del MGEC debe reflejar en una memoria con orden, rigor y detalle los trabajos realizados por el alumno en orden a completar un plan de negocio dentro de una empresa existente o como nuevo proyecto empresarial.</p> <p>Este Plan de negocio debe ser empresarialmente viable, oportuno y consistente. Requisito para superar el TFM es que se pueda contrastar la viabilidad del proyecto defendido. Es requisito fundamental realizar una estimación del tamaño de mercado objetivo en las diferentes etapas del proyecto, valorando el mercado potencial no sólo en el mercado local sino en el regional y mundial.</p> <p>Dado que los alumnos del máster tienen una experiencia profesional previa, este TFM, elaborado en equipo, se plantea como una actividad de alta exigencia y calidad que es parte fundamental de la formación que el máster ofrece.</p> <p>El proyecto defendido en el TFM debe responder a necesidades humanas y sociales y ser elaborado de acuerdo con exigentes criterios éticos y profesionales.</p> <p>Así, el plan de negocio presentado se cuestiona desde los diferentes ámbitos de la empresa (elaboración del producto o diseño del servicio, finanzas, comercialización), de acuerdo con la información real del mercado. En este proceso, el alumno cuenta con el asesoramiento y acompañamiento permanente de los profesores del programa y especialmente de su tutor para la dirección del trabajo.</p> <p>El tutor es un profesor, con experiencia profesional o empresarial, y en el campo del emprendimiento que actúa como crítico de los planteamientos realizados por los alumnos desde el punto de vista metodológico (rigor analítico, profundidad de la valoración financiera de las oportunidades de negocio, consistencia en el planteamiento de la idea de negocio y formato de la presentación para captar el interés de los potenciales inversores). Parte de sus funciones fundamentales consiste en adecuar el lenguaje, el formato, el estilo y la forma de la presentación al utilizado habitualmente en los foros de inversores en los que se suelen presentar iniciativas de este estilo con el fin de captar financistas o socios.</p>		

Aunque en la realización del TFM el trabajo en equipo es fundamental para asegurar la buena formación del alumno y la colaboración de distintos perfiles complementarios; la evaluación del trabajo de cada alumno y la presentación y defensa del trabajo es individual. La evaluación individual se realiza valorando el informe que cada alumno presenta al tribunal y se complementa con la presentación individual que cada alumno realiza en la defensa que hace el equipo. Se persigue con esta metodología tanto el cumplimiento de las normativas y estilos académicos propios de un programa de estas características como la adecuación a las formas imperantes en la realidad del mercado.

Como guía de presentación, se sugiere un esquema básico:

Sumario ejecutivo: resumen del plan en pocas páginas, para los destinatarios que quizá no tengan tiempo de leerlo completo.

Información básica del negocio: razón social, estructura legal de la empresa, qué asesores han ayudado a preparar el plan...

Situación actual del negocio: definiciones de productos, de sus mercados, la historia corporativa de la empresa, cuál es su infraestructura, competencias...

Análisis estratégico: un análisis de entorno genérico y específico, un análisis interno de la empresa. De un buen análisis no siempre se extrae una buena estrategia, pero de un mal análisis normalmente se colige una estrategia errónea.

El propio plan estratégico: la misión y valores de la empresa, los objetivos, las fuentes de ventaja competitiva y las líneas básicas de la estrategia corporativa, competitiva y funcional.

Plan de marketing: los diferentes segmentos de mercado, la investigación de mercados, el público objetivo, el uso de las variables de marketing, la fijación de precios, las distintas modificaciones al proyecto en función de las posibles reacciones de los competidores reales o futuros, etc.

Operaciones y producción: la localización física del negocio, qué fabricar internamente y qué externalizar, el proceso productivo, los controles de calidad, la tecnología de que se va a disponer.

Investigación y desarrollo: cuáles son los objetivos, planes de la empresa y recursos que se dedican a este aspecto.

Organización y dirección: cuál es el organigrama de la empresa, cómo se distribuyen las unidades o departamentos, quién compone la alta dirección, quién el consejo de administración, además de cómo se selecciona al personal, cómo se le forma, cómo se le remunera y cuáles son los costes laborales.

Previsiones y datos financieros: cuáles son los objetivos de ratios financieros o de ventas, qué cuentas proforma se quiere alcanzar a cierre de los ejercicios y también en qué momento de ventas de la empresa se alcanza el punto de equilibrio entre ingresos y gastos.

Financiación: cómo se financia el proyecto, en qué medida se recurre a emitir capital y/o deuda. La tercera fuente de financiación provendría de los propios ingresos conforme se fueran produciendo. Pero en cualquier caso hay que establecer claramente cuáles son las necesidades de financiación del plan de negocio.

Análisis de riesgo: todos los proyectos empresariales conllevan cierto riesgo, pero es necesario analizarlo determinando los factores limitadores y los que aumentan el riesgo, estableciendo diferentes escenarios que se puedan dar y cuál sería la respuesta a ellos y, por último, identificando los riesgos específicos y las estrategias propias de reducción.

Sistemas de control: a través de los sistemas de información, sistemas financieros, de control directivo, de auditoría interna y externa...

Anexos: contienen información original por si alguien la quiere consultar, como informes de los consultores que han asesorado el proyecto, resultados completos de investigación de mercados, posibles encargos, patentes o derechos de propiedad intelectual...

Además de la memoria escrita el alumno deberá presentar su Trabajo Fin de Máster públicamente ante un tribunal compuesto por profesores del programa, profesionales o empresarios con experiencia contrastada en el campo de la emprendeduría.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG9 - Ser capaz de utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.

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.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE9 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la gestión de operaciones - la gestión de los recursos y operaciones de sistemas de información, el desarrollo, gestión y explotación de los procesos productivos, y su impacto en las organizaciones, y la gestión de contenidos en los diversos medios.		
CE14 - Ser capaces de resolver problemas complejos y tomar decisiones: establecer criterios, el uso apropiado de toma de decisiones técnicas incluyendo la identificación, formulación y solución de problemas empresariales, y la capacidad de crear, identificar y evaluar opciones, la capacidad para aplicar y revisar las decisiones		
CE15 - Ser capaces de llevar a cabo procesos de investigación en las empresas y en torno a cuestiones relacionadas con la gestión, ya sea individualmente o como parte de un equipo, a través de la recopilación de datos, análisis, síntesis y presentación de informes		
CE16 - Ser capaces de usar la información y el conocimiento de manera efectiva: la digitalización y organización de datos, síntesis y análisis con el fin de extraer el significado abstracto de la información, y para compartir conocimientos		
CE22 - Ser capaces de reconocer y abordar los dilemas éticos y la responsabilidad social de forma adecuada, aplicando los principios deontológicos y los valores organizativos a las situaciones y opciones que se presentan.		
CE2 - Ser capaces de comunicar sus conclusiones, y al mismo tiempo aplicar sus habilidades a la implementación de las soluciones acordadas, de manera eficaz y eficiente, teniendo en cuenta las especificidades de las empresas de comunicación.		
CE4 - Ser capaces de recoger la información pertinente sobre los entornos y contextos relevantes para la empresa de comunicación, de analizar y sintetizar la información en una forma apropiada con el fin de evaluar alternativas de decisión.		
CE7 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la financiación - las fuentes, usos y gestión de las finanzas, el uso de la contabilidad y otros sistemas de información para las aplicaciones de gestión y para la valoración de los estados financieros.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
AF3 Trabajo individual	250	0
AF4 Reuniones de grupo	100	5
AF5 Tutorías	15	100
AF9 Trabajo Fin de Máster	85	5
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
M4 Reuniones de discusión		
M5 Entrevistas		
M6 Seminarios con directivos especializados		
M9 Preparación y defensa del TFM		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SE5. Valoración de TFM: memoria y presentación pública del TFM frente a un tribunal	0.0	100.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Navarra	Profesor Adjunto	10	100	10
Universidad de Navarra	Profesor Titular	33	100	32,5
Universidad de Navarra	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	50	20	50
Universidad de Navarra	Catedrático de Universidad	7	100	7,5

PERSONAL ACADÉMICO

Ver Apartado 6: Anexo 1.

6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS

Ver Apartado 6: Anexo 2.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS

TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
97	3	100
CODIGO	TASA	VALOR %

No existen datos

Justificación de los Indicadores Propuestos:

Ver Apartado 8: Anexo 1.

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

8.2 Progreso y resultados de aprendizaje. Procedimiento general para valorar el progreso y resultados

Para realizar esta función, la Facultad de Comunicación dispone del equipo de Dirección de Estudios. Está integrado por tres profesores (Vicedecana de Alumnos y dos Adjuntos a Dirección de Estudios), una persona de gestión y dos administrativas. Por su parte, el MGEC cuenta con un equipo directivo formado por un Director y un Secretario Ejecutivo, que tienen entre sus funciones este seguimiento académico.

La valoración del progreso y aprendizaje de los alumnos se realiza mediante el análisis de los resultados académicos y el impulso y seguimiento de la tarea de asesoramiento/tutoría que los profesores del MGEC realizan mediante entrevistas personales con los alumnos.

El primer análisis de resultados se hace en el primer trimestre del curso mediante una entrevista personal con cada uno de los alumnos del Máster, para evaluar la evolución de su desempeño académico. Los alumnos que en las primeras materias del Máster muestran dificultades, con lo que podría verse comprometido su aprovechamiento en el programa reciben una atención especial: se les avisa de su situación y se les presta la ayuda necesaria para gestionarla bien y poder así alcanzar los criterios de permanencia.

Con posterioridad, hay un seguimiento permanente de cada uno de los alumnos, para ir solventando los problemas que se pudieran plantear en los siguientes módulos del Máster.

En cualquier caso, el procedimiento para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes en su conjunto se especifica en el apartado 9.2.2. correspondiente al Sistema de Garantía de Calidad (Proceso de desarrollo, revisión y mejora de la calidad del programa formativo). En este proceso se recogen y analizan los resultados previstos en el título en relación a la tasa de graduación, tasa de abandono y tasa de eficiencia obtenidas, así como otros indicadores objetivos sobre el desarrollo del programa formativo y sus resultados que complementan a los tres primeros. Se analizarán las opiniones recopiladas a través de los cuestionarios realizados a los grupos de interés implicados, así como las quejas y sugerencias recibidas.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.unav.es/fcom/mgec/Sistema_garantia_calidad_docencia.pdf
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2000
-----------------	------

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

No aplica

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
3000746-31006651	Máster Universitario en Gestión de Empresas de Comunicación-Universidad de Navarra

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
73200870N	Mónica	Herrero	Subías
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Campus universitario Facultad de Comunicación Universidad de Navarra	31009	Navarra	Pamplona/Iruña
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
moherrero@unav.es	948425600	948425619	Decana de la Facultad de comunicación

11.2 REPRESENTANTE LEGAL

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
15773751Y	Luis	Echarri	Prim
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Campus universitario Universidad de Navarra	31009	Navarra	Pamplona/Iruña
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
lecharri@unav.es	948425600	948425619	Director del Servicio de Innovación Educativa

El Rector de la Universidad no es el Representante Legal

Ver Apartado 11: Anexo 1.

11.3 SOLICITANTE

El responsable del título es también el solicitante

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
73200870N	Mónica	Herrero	Subías
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Campus universitario Facultad de Comunicación Universidad de Navarra	31009	Navarra	Pamplona/Iruña
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
moherrero@unav.es	948425600	948425619	Decana de la Facultad de comunicación

Apartado 2: Anexo 1

Nombre : 2_MGEC con alegaciones.pdf

HASH SHA1 : 8E473716AE679747BEC205D1CC90F47E3F8DA213

Código CSV : 141681367909765482615526

Ver Fichero: 2_MGEC con alegaciones.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 4_1_SistemasInformacion.pdf

HASH SHA1 : BB80EAB4245AEFDBE25290D2B076441D2A77E84A

Código CSV : 70146927939613183480898

Ver Fichero: 4_1_SistemasInformacion.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre : 5.1. MGEC.pdf

HASH SHA1 : FEF6EE29802C580228297DB2AEBA83098C171B7B

Código CSV : 135287546178841733767733

Ver Fichero: 5.1. MGEC.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre : 6_1_PersonalAcademico.pdf

HASH SHA1 : 740F475BBAEB3DE0ADC35B318E69D0022A949D07

Código CSV : 70146941129166780971616

Ver Fichero: 6_1_PersonalAcademico.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre : 6.2. MGEC.pdf

HASH SHA1 : 853CF7BF741FD2AF5FFB81D71FA7EDC6B8B8380A

Código CSV : 135317885831527343540499

Ver Fichero: 6.2. MGEC.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7. MGEC.pdf

HASH SHA1 : 1CBCB5C84349B55545B822C8534F1E32C26FF1D1

Código CSV : 135318572868791805437146

Ver Fichero: 7. MGEC.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre : 8_1_JustificacionTasas.pdf

HASH SHA1 : 2B273651B3ABDB060E410B069FB7038DF7069370

Código CSV : 70146964535365683015120

Ver Fichero: 8_1_JustificacionTasas.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre : 10_Cronograma.pdf

HASH SHA1 : 966385EE761BC8B6ACB326E9D17C94C6ADE51627

Código CSV : 70146977078683583995114

Ver Fichero: 10_Cronograma.pdf

Apartado 11: Anexo 1

Nombre : Delegacion_Firma_Luis_Echarri_Univ_de_Navarra.pdf

HASH SHA1 : 539EA451AADB61A1BC4077ED66346AA6C6F234A9

Código CSV : 70146983296907949257300

Ver Fichero: Delegacion_Firma_Luis_Echarri_Univ_de_Navarra.pdf

