



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



FACULTAD
DE CIENCIAS
DE LA INFORMACIÓN

MÁSTER UNIVERSITARIO
COMUNICACIÓN
SOCIAL

Máster Universitario Comunicación Social

Rama de Conocimiento

Ciencias Sociales y Jurídicas

Centro responsable

Facultad de Ciencias de la Información. UCM

Orientación: científico-académica

Créditos: 120 ECTS

Duración: 2 cursos (4 semestres)

Modalidad: presencial

Nº plazas: 60

www.ucm.es/mastercomunicacionsocial

Objetivos

El objetivo del Máster Universitario en Comunicación Social es formar maestros en los conocimientos teóricos y metodológicos sobre la comunicación y en sus aplicaciones.

La formación que se ofrece durante el primer año está orientada a adquirir las competencias básicas del Título. Consta de dos módulos comunes y obligatorios para todos los estudiantes del Máster. En el segundo año se ofrecen dos itinerarios alternativos: "Comunicación, Cambio Social y Desarrollo", orientado a la formación de titulados que sepan utilizar los conocimientos y los métodos de la comunicación social en los procesos de cambio y desarrollo social; y "Comunicología Aplicada", que forma para aplicar los conocimientos comunicológicos en el desempeño de los grupos, las organizaciones, las instituciones y las sociedades.

Destinatarios

La variedad de los campos en los que pueden desempeñar sus actividades los especialistas en Comunicación Social hace conveniente abrir los estudios de Posgrado en Comunicación Social al conjunto de estudiantes que posean al menos un título de Grado (en cualquiera de las Ramas de Conocimiento). Para hacer posible esta incorporación, el programa toma en cuenta la naturaleza de los estudios que previamente se hayan cursado.

¿Por qué Estudiar este Máster?

La comunicación ocupa una posición estratégica en la mayoría de las actividades sociales.

Las funciones que pueden desempeñar los "especialistas en Comunicación Social" se diversifican y revalorizan tanto por la transformación de las demandas del mercado como por los cambios sociales.

Aunque los expertos en Comunicación Social tengan diferentes procedencias comparten tres condiciones que les identifican laboralmente: se les contrata para que recurran a la información donde antaño predominaba la intervención; en su trabajo cotidiano están abocados a romper los esquemas curriculares con los que salieron de sus facultades; y por último, el perfil de estos profesionales requiere otra forma de combinar los desempeños teóricos con la práctica.

Estructura

El Máster Universitario en Comunicación Social es una titulación de 120 créditos, estructurados:

- Módulos Comunes:
 - 1. "La Comunicación en la Sociedad": 30 ECTS
 - 2. "Investigación de la Comunicación": 30 ECTS
 - Módulos de Especialidad (a elegir un itinerario):
 - 3. Especialidad 1: "Comunicación, Cambio Social y Desarrollo": 48 ECTS
 - 4. Especialidad 2: "Comunicología Aplicada": 48 ECTS
- Una vez el estudiante opte por una especialidad, debe cursar necesariamente las dos materias del módulo y, en cada una de éstas cursará 6 ECTS obligatorios y 18 optativos.
- Trabajo Fin de Máster: 12 ECTS obligatorios

En total el estudiante deberá cursar 8 asignaturas obligatorias, 10 optativas y el Trabajo Fin de Máster.

Plan de Estudios

Tipo de asignatura	ECTS
Obligatorias	48
Optativas	60
Trabajo Fin de Máster	12
Total	120

Primer Curso		
Asignaturas Obligatorias	ECTS	Semestre
Módulo 1: La Comunicación en la Sociedad		
Comunicación, Investigación e Innovación Responsable	6	1º
Información y Comunicación. Historia	6	1º
La Comunicación y sus Efectos. Tipos de Efectos, Teorías y Modelos	6	1º
Producción Social de Comunicación	6	2º
Módulo 2: La Investigación de la Comunicación		
Fuentes Documentales para la Comunicación Social	6	1º
Proyectos de Investigación Social en Comunicación	6	2º
Asignaturas Optativas	ECTS	Semestre
Módulo 1: La Comunicación en la Sociedad		
Desconocimiento y Reconocimiento de la Diversidad Cultural en los Espacios Educativos	6	1º
Transiciones a la Vida Adulta y Construcción de las Identidades de los/as Jóvenes	6	1º
Análisis de la Violencia en los Medios de Comunicación	6	2º
Módulo 2: la Investigación de la Comunicación		
Discurso, Texto y Comunicación	6	1º
Diseños Experimentales en la Investigación de la Comunicación	6	1º
Documentación en Contenidos Digitales	6	1º
Metodología y Técnicas de Análisis de Contenido	6	1º
Psicoanálisis y Análisis Textual	6	1º
Comunicación, Retórica y Argumentación	6	2º
Documentación Audiovisual: Perspectivas y Métodos	6	2º
Los Métodos en la Investigación de la Comunicación	6	2º
Modelos Epistemológicos Contemporáneos en Comunicación, Ciencias Humanas y Sociales	6	2º

Segundo Curso		
Asignaturas Obligatorias	ECTS	Semestre
Módulo 3. Especialidad 1: Comunicación, Cambio Social y Desarrollo		
Comunicación e Innovación para la Transformación Social	6	1º
Estrategias y Herramientas de Intervención Socio-Comunitarias	6	2º
Módulo 4. Especialidad 2: Comunicología Aplicada		
Estructura y Cambio en las Sociedades Modernas	6	1º
Gestión de la Comunicación	6	2º
Asignaturas Optativas	ECTS	Semestre
Módulo 3. Especialidad 1: Comunicación, Cambio Social y Desarrollo		
Comunicación y Desarrollo Social	6	1º
Construcción Discursiva de la Homogeneidad y la Diversidad Cultural	6	1º
Estructura y Cambio en las Sociedades Modernas	6	1º
Fundamentos para el Análisis del Desarrollo Económico	6	1º
La Sociedad de las Organizaciones: Estado, Mercado y Tercer Sector	6	1º
Evaluación de Programas y Proyectos de Intervención Social	6	2º
Globalización y Desarrollo	6	2º
Innovación y Desarrollo. Teorías y Experiencias en Europa y América Latina	6	2º
Investigación Acción Participativa (IAP): Ámbitos de Aplicación	6	2º
Movimientos Sociales y Cambio Social	6	2º
Módulo 4. Especialidad 2: Comunicología Aplicada		
Comunicación e Interacción en Grupos y Organizaciones	6	1º
Comunicación Política y Propaganda	6	1º
La Comunicación en las Organizaciones: Efectos Sociales de las TIC	6	1º
Industrias Culturales y Creativas	6	1º
Psicología Social de la Comunicación	6	1º
Sociedad del Conocimiento	6	1º
Comunicación Cara a Cara: Gestual y no Gestual	6	2º
Comunicación de Crisis y Cambio Social	6	2º
Comunicación Social y Marketing Digital	6	2º
Espacio, Comunicación y Creatividad	6	2º
Modelos Estratégicos de Comunicación	6	2º
Modelos de Comunicación en Internet	6	2º
Movimientos Sociales y Cambio Social	6	2º

Trabajo Fin de Máster	ECTS	Semestre
Trabajo Fin de Máster	12	1º y 2º



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

www.ucm.es



Másteres
U C M



Campus de Excelencia Internacional

Facultad de Ciencias de la Información

Campus de Moncloa
<http://ccinformacion.ucm.es>