

# Máster en dirección de comunicación empresarial e institucional. Una experiencia virtual

*Ana M<sup>a</sup> Enrique Jiménez, Gabriela Madroño,  
Estrella Barrio Fraile*

*Universidad Autónoma de Barcelona (España). Anamaria.enrique@uab.cat,  
Gabriela.Madronero@uab.cat, Estrella.Barrio@uab.cat*

## Resumen

Un entorno virtual de aprendizaje contribuye a que el seguimiento y la atención por parte del profesor hacia el alumno puedan resultar más personalizados. La formación on-line crea un espacio interactivo entre profesores, alumnos y coordinadores de curso que permite a los participantes intercambiar conocimientos, ideas y experiencias a un mismo nivel. El Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional on-line nos sirve como caso de estudio para dar a conocer en detalle la metodología de un programa de formación de posgrado consolidado. Consideramos que este análisis puede servir de orientación a futuros programas educativos basados en el aprendizaje virtual.

**Palabras clave:** Dircom, formación virtual, Máster.

## Master's Degree in Business and Institutional Communication. An Online Experience

### Abstract

A virtual learning environment contributes to create a more personalized teacher's monitoring and attention. The on-line education creates an interactive space among teachers, students and coordinators that

allows participants to exchange ideas, knowledge and experiences at the same level. The online Master's Degree in Business and Institutional Communication can be used as a case of study to show in detail the methodology of a consolidated postgraduated study. We believe that this analysis can be useful as guidance for future educational programs based on virtual learning.

**Keywords:** Communication's director, online education, Master.

## 1. INTRODUCCIÓN

El Máster de Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (en adelante, Máster DCEI) es un programa pionero en su campo, impartido por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), sobre el conocimiento de las funciones de la Dirección de Comunicación en la empresa y en la institución. Este Máster se oferta en dos modalidades, una presencial -con más de 20 años de historia - y otra virtual, que en marzo de 2016 iniciará su 15ª edición.

El despegue de la telemática, los avances en la digitalización de las señales y la implantación acelerada de Internet ha cambiado completamente el contexto de la educación. Hemos dado la bienvenida al *e-learning*, un nuevo espacio creado gracias a la implantación de las llamadas TIC's. De este modo se da paso a nuevos sistemas educativos mediáticos, más allá de los presenciales, que se caracterizan por lo que proyectan estas mismas herramientas tecnológicas, mayor interconexión, accesibilidad y flexibilidad en tanto que se logran romper las barreras temporales y espaciales. Como apunta Marquès (2000) las TICs han implicado una serie de cambios importantes en nuestro sistema educativo como son:

- Mayor universalización de la información.
- Metodologías y enfoques crítico-aplicativos para el autoaprendizaje.
- Actualización de los programas de estudio.
- Trabajo colaborativo.
- Construcción personalizada de aprendizajes significativos.

Otro cambio que consideramos primordial es el que se produce entre los protagonistas del aprendizaje, donde el profesor o el tutor pasa a un segundo plano, siendo el alumno el centro o el sujeto activo del sistema. Como señala Cabero<sup>1</sup> “el profesor pasará de actor a diseñador de situaciones y escenarios mediados de aprendizaje, y el alumno dejará de

ser espectador para constituirse en actor de su aprendizaje”. Por supuesto, el profesor sigue y seguirá siendo aquel faro que ilumine la travesía y para ello, tal y como señala Santos (2014:443) “el profesor tiene diversas herramientas de comunicación - sincrónicas y asincrónicas - que deberá convertir en el recurso útil para fortalecer el aprendizaje, la socialización, la colaboración y la construcción del conocimiento”.

Dicho lo anterior y dentro de este marco situamos la versión de educación virtual del Máster DCEI. Se trata por un lado, de aprovechar las nuevas condiciones tecnológicas y sociales que nos proporciona la educación virtual para crear nuevos espacios de formación continuada cuya organización sea más dinámica y eficaz, y por otro lado, capacitar a los alumnos de este programa en las habilidades y competencias del Director de Comunicación. Costa (2012:87) define a este profesional como el “estratega planificador de las comunicaciones y las actuaciones que generan valor (...) No actúa exclusivamente en el campo de los negocios. Encontramos Dircom’s en la administración pública, las universidades e instituciones culturales, en los gobiernos y los partidos políticos, las confesiones y las ONG”.

## **2. OBJETIVOS Y PERFIL DE DESTINATARIOS DEL PROGRAMA DE MÁSTER**

En los últimos años estamos viviendo una importante evolución de la comunicación tanto en empresas como en instituciones. La necesidad de gestionar los denominados “valores intangibles” está adquiriendo cada vez mayor importancia. La creación de la marca e identidad, la transmisión de la misión, visión y valores y velar por la buena reputación de la entidad se convierten en las competencias del día a día de la Dirección de Comunicación, que responde a una concepción coordinada de los diferentes sistemas de comunicación internos y externos con el fin de articular una estrategia de comunicación con capacidad para reforzar la reputación de las organizaciones. En palabras de Argenti (2014:58) “hoy en día toda organización necesita desarrollar su comunicación de forma estratégica. La manera en que una organización adapta y modifica su conducta, manifestándolo a través de su comunicación, será lo que determine su éxito como empresa en el siglo XXI”. Como respuesta a este contexto surge la necesidad de contar con un responsable de comunicación, el Dircom, siendo ésta, por tanto, la figura profesional al que el

Máster DCEI capacita. EL propósito formativo del Máster DCEI es, por ende, la formación y actualización de profesionales de la comunicación mediante la puesta en marcha en escena de los últimos conocimientos y tendencias del sector. Los objetivos más específicos serían:

- Conocimiento de las funciones de la dirección de comunicación en la empresa y en la institución.
- Conocer los principios básicos, método y técnicas para el desarrollo de la dirección de comunicación.
- Desarrollar capacidades para el diseño, dirección y evaluación de proyectos de comunicación, especialmente para la empresa o institución.
- Conocer las posibilidades que ofrece la dirección de una comunicación integrada.
- Adquirir la capacidad de asumir una dirección de comunicación dentro de la empresa o institución.
- Conocer los principales desarrollos de la sociedad de la información o del conocimiento, en especial aplicando las nuevas tecnologías.
- Otro de los aspectos fundamentales a considerar en el diseño de este programa de formación permanente es la definición del perfil de alumno del curso. Estos estudios tienen como principales destinatarios graduados universitarios y profesionales que presenten el siguiente perfil:
  - Ejercer una tarea profesional en el campo de la comunicación empresarial o institucional o tener previsto ejercerla.
  - Acreditar un adecuado curriculum de estudios dentro del campo de la comunicación.
  - Disponer de los recursos técnicos e informáticos necesarios como para poder seguir el curso.
  - Demostrar motivación y preparación adecuadas para seguir con éxito estudios virtuales.

### **3. ESTRUCTURA Y DISEÑO DEL PROGRAMA**

El Máster DCEI on-line, de 60 créditos ECTS, está estructurado en dos fases claramente diferenciadas: la 1ª fase (fase de módulos) y la 2ª fase (realización proyecto final de Máster).

Cada módulo es impartido por un profesor que es el autor único de todos los contenidos didácticos que se imparten y que se proporcionan a los alumnos, así como el responsable del establecimiento y evaluación de las diversas actividades prácticas fijadas. Por tanto, el autor de los contenidos es la misma persona que llevará a cabo la tutoría y valoración del módulo. Los tutores son doctores especializados y profesionales de gran prestigio en el campo de la gestión de la comunicación organizacional.

Los módulos y por tanto las áreas de estudio del programa son los siguientes:

– **Introducción a la Dirección de Comunicación**

Antecedentes de la comunicación empresarial. La comunicación desde un enfoque estratégico. El departamento de comunicación. La importancia de la gestión de la comunicación tanto en grandes como en pequeñas empresas.

– **El Director de Comunicación**

Conceptos. Funciones y organización del Director de Comunicación como responsable de centrar la comunicación de la marca en su expresión social, cultural y sentimental.

– **Comunicación institucional y corporativa**

Comunicación Institucional y Corporativa. Concepto y praxis en la gestión de la comunicación corporativa, tanto en empresas privadas como públicas y comunicación institucional en su expresión de sus valores conceptuales y su misión.

– **Reputación corporativa y RSC**

Importancia de la Reputación Corporativa para empresas e instituciones en el contexto actual. Las estrategias de responsabilidad social corporativa.

– **Branding, comunicación de marca**

Planificación, diseño y gestión de la comunicación de la marca entendida esta última como un elemento aspiracional de alto valor añadido.

– **La Comunicación de crisis**

Concepto de crisis, gestión de crisis y gestión de la comunicación de crisis. Estrategias y plan de comunicación de crisis.

– **La comunicación interna**

Funciones del departamento de comunicación interna. Canales y tipos de comunicación interna. La figura responsable de la Comunicación interna.

– **Habilidades Directivas**

Introducción a las habilidades directivas del Dircom (liderazgo, técnicas de negociación, gestión del tiempo, formación de equipos, personal branding,...)

– **RRPP y gabinetes de comunicación**

Concepto y organización de campañas de RRPP. Análisis y práctica aplicada de las RRPP en los diferentes sectores organizadores de la actividad social, política y económica. Por su importancia actual dentro de las organizaciones se profundizará en el concepto, funciones y organización del gabinete de prensa tanto dentro de la empresa privada como pública.

– **Investigación de mercados**

Principios básicos de investigación de mercados. El módulo se centrará en el diseño de investigación, comentándose sus diferentes fases. Se revisarán tipos de investigación, principalmente los de la comunicación publicitaria y el consumidor.

– **Planificación estratégica de marketing**

El plan de marketing: cómo se analiza el plan estratégico de marketing para su posterior aplicación en el plan de comunicación.

– **Comunicación en medios no convencionales e interactivos**

Dentro de este bloque se definen los principales métodos y técnicas de lo que se conoce como “Below the line”. Repercusiones de la introducción de las nuevas tecnologías en el entorno comunicativo. Objetivos y estrategias en el entorno on-line. Integración de internet en los objetivos empresariales. Nuevas tendencias del Marketing en la red.

– **Creatividad y estrategias de comunicación**

El proceso de elaboración de la estrategia y del mensaje en los diferentes medios. Técnicas y procesos de trabajo. Métodos y sistemas de análisis creativos de campañas y acciones.

– **Planificación de medios**

Estructura de los diferentes medios y soportes de comunicación. Los diferentes tipos de público objetivo. Optimización de un plan de me-

dios (planificación, contratación, rentabilidad y control). La elaboración del presupuesto de comunicación y sus diferentes modelos y sistemas.

En la 2<sup>a</sup> fase del Máster DCEI los alumnos deben elaborar un proyecto final de Máster que consiste en la presentación de un Plan de Comunicación para una empresa o institución aplicando o integrando todos los conocimientos recibidos durante el curso. Dicho proyecto será evaluado por una Comisión Evaluadora del Proyectos finales.

#### **4. METODOLOGÍA: PLATAFORMA VIRTUAL Y HERRAMIENTAS**

El Máster de Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional se imparte en modalidad on-line, mediante un espacio denominado Moodle, y cuya responsabilidad técnica la tiene la Oficina Autónoma Interactiva Docente, de la Universidad Autónoma de Barcelona. No obstante, toda la administración y dinamización del aula, subida de materiales, supervisión y seguimiento y soporte tanto para profesores como alumnos es competencia de la “Coordinadora de Aula”, profesional con conocimientos sobre nuestra materia, además de dominar las TIC’s en sentido amplio. Cada módulo tiene su espacio y por tanto su aula Moodle, donde cada profesor tutor del módulo se encuentra al grupo de alumnos donde a partir de un calendario propuesto se desarrollará toda la actividad prevista.

A continuación, explicaremos cuáles son las herramientas principales que podemos encontrar en el aula Moodle.

Cada aula Moodle está organizada en los siguientes bloques temáticos:

- El **primer bloque temático** contiene un foro titulado “Novedades del profesor”, espacio donde el docente informa sobre temas relevantes relacionados con el curso a impartir. También se dispone del “Tablón de anuncios”, esta función permite dar a conocer cualquier información relacionada con el seguimiento y el funcionamiento del máster. Este bloque además incluye un vídeo del profesor a modo de presentación personal y de introducción a los contenidos que impartirá.
- El **segundo bloque** aloja una “Guía del alumno” que le sirve de orientación para conocer el tema que será impartido y el sistema de

evaluación. En este apartado también se incluye los contenidos teóricos elaborados por el docente que imparte el módulo. Los materiales teóricos comprenden los apuntes de la asignatura y el material complementario.

- El **tercer apartado** del aula corresponde a las actividades a realizar, donde se cuelgan los ejercicios o casos prácticos que el alumnado debe resolver. En este apartado se dispone del respectivo *link* para subir los trabajos al aula. En este bloque también está el espacio de otra de las actividades obligatorias “el foro”, el cual consiste en un tema a debatir en relación a la materia tratada. Esta funcionalidad permite la participación en discusiones virtuales de los temas que los profesores propongan.
- El **penúltimo bloque** del aula es el “Café-Virtual”. Se trata de un espacio de carácter informal creado para los alumnos con el propósito que puedan intercambiar opiniones e interactuar tanto en tiempo real, mediante la opción de chat, como mediante la herramienta del foro. En este espacio, reservado para los alumnos, pueden opinar e intercambiar experiencias tanto personales como profesionales.
- Por **último**, el aula contiene una encuesta de la evaluación calidad docente. A través de este espacio, el alumno puede valorar de una forma anónima la materia impartida. Esta herramienta de evaluación es de gran importancia para la coordinación académica del Máster, porque permite extraer la valoración de la calidad del profesorado percibida por el alumnado, cuyo resultados son considerados para mejorar o hacer cambios en las ediciones siguientes.

### **La plataforma también pone a disposición de sus usuarios las siguientes funcionalidades:**

- **Navegación:** Se trata de un menú que comprende los accesos a todos los contenidos del aula. Además, permite visualizar el listado de todos los participantes (alumnos y profesores) en cada módulo y su respectivos perfiles; ofreciendo datos personales y/ o académicos del profesorado y los estudiantes.
- **Ajustes:** Desde este espacio los estudiantes pueden crear su perfil, donde figura su fotografía, el email de contacto, una descripción de su formación académica, el cargo profesional que ostentan y toda aquella información que el alumno quiera compartir con los profesos-



res y el resto de sus compañeros. El bloque de ajustes también posibilita la consulta a las calificaciones obtenidas en cada módulo.

- **Mensajes:** Consiste en una herramienta de correo personal, que permite el contacto entre profesor y alumno y entre los estudiantes. Es el principal medio de contacto con el profesor, preguntarle sobre las dudas que el alumno tenga, o comunicarle su opinión sobre los temas a tratar. También puede utilizarse para contactar con un compañero del curso en particular.
- **Quickmail:** Es otra herramienta utilizada por los profesores para enviar mensajes. La diferencia radica en que los mensajes los recibe el alumno en su correo personal y no directamente en el aula.
- **Calendario:** Esta funcionalidad permite conocer el *timing* establecido en el módulo; se indican los plazos de trabajo y entrega de las distintas actividades que los alumnos deben desarrollar y de la realización del foro obligatorio. Asimismo, permite que cada estudiante pueda generar su calendario personal, incorporando información adicional al calendario del curso.
- **Últimas noticias:** Refleja la actividad reciente que ha tenido lugar en el aula.
- **Eventos próximos:** Indica las actividades que están próximas a realizarse de acuerdo con el calendario establecido.
- **Usuarios en línea:** Proporciona información sobre los usuarios que se encuentran conectados a la plataforma.

## 5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Como comentábamos anteriormente el programa de Máster está compuesto por dos etapas claramente diferenciadas (1<sup>a</sup> fase: módulos; 2<sup>a</sup> fase: proyecto final). A lo largo del curso se imparten dos tipos de módulos, mensuales y quincenales. En los módulos mensuales se establecerán tres actividades a realizar y que por tanto, son las actividades por las cuales se evaluará el módulo: preguntas de comprensión, participación en el foro, resolución caso práctico. Puede ocurrir que el profesor decida incluir algún otro ejercicio, pero por norma general, éstas son las tres actividades que se suelen realizar en los módulos que tienen una duración de un mes natural. En los módulos quincenales, como el tiempo es menor, se opta por

realizar la actividad de foro y/o una de las otras dos actividades (preguntas de comprensión o resolución caso práctico, o bien, un híbrido).

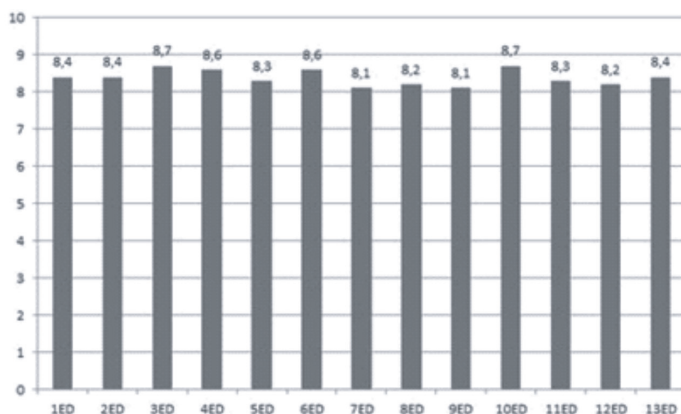
- **Preguntas de comprensión:** se trata de comprobar la capacidad de análisis del alumno y la manera de relacionar el conocimiento adquirido de las fuentes de información facilitadas (materiales, estudios, artículos). La actividad será realizada por el alumno de forma individual. El formato puede presentarse como un ejercicio de preguntas abiertas o cerradas. De este modo, el tutor revisará las soluciones propuestas por el estudiante detectando los progresos o dificultades de cada alumno de manera personalizada.
- **Forum:** esta actividad se realiza en grupo, permitiendo discutir sobre un tema definido previamente por el tutor de cada módulo. Establecer un debate favorece la relación y el intercambio de percepciones y opiniones entre los propios compañeros. El tutor suele realizar una introducción sobre el tema a debatir (puede incluir algún artículo, caso o noticia) dejando caer unas preguntas abiertas permitiendo así establecer la discusión entre los alumnos. Normalmente el foro se establece en un periodo de tiempo determinado (dos o tres días) con el objetivo de no alargar el tema más de lo necesario. El profesor tutor concluye el forum con una valoración al respecto.
- **Caso práctico:** utilizando el método del caso se presenta uno o varios problemas basados en hechos reales o ficticios, pero que son verosímiles con el fin de buscarles soluciones adecuadas. Se da a conocer al alumno los datos y situaciones que se crean relevantes, facilitando el análisis y su posterior resolución. Normalmente es un trabajo que se lleva a cabo de manera individual, aunque también puede darse el caso, de que su resolución tenga que ser colectiva poniendo en práctica de este modo la capacidad de trabajar en equipo.

El alumno debe entregar todos los trabajos que el tutor de cada módulo haya determinado en los términos y plazos establecidos en la agenda o calendario. Todos los módulos deben superarse. En el caso de que se suspenda un módulo, sólo se le otorgará al alumno una oportunidad más para poder rehacer su trabajo y entregarlo dentro de un plazo estipulado por el profesor. La realización del total de módulos corresponde al 70% de la nota final de Máster. El 30% restante se consigue con la realización de un proyecto final que como hemos dicho anteriormente consiste en el

desarrollo de un *Plan de Comunicación* para una organización real (empresa o institución) aplicando o integrando todos los conocimientos recibidos durante el curso. El *Plan de Comunicación* será leído y evaluado por una Comisión Evaluadora creado al efecto, quien consultará con los tutores especialistas, si lo creyeran oportuno. La presentación del plan de Comunicación se realiza vía *Skype*, lo cual permite también evaluar sus habilidades orales.

## 6. VALORACIÓN DE LA CALIDAD DOCENTE

A partir de los resultados obtenidos de la valoración de los estudiantes de cada asignatura impartida, la coordinación del Máster elabora un estudio de la calidad de la docencia. El cuestionario de evaluación se compone de dos preguntas, una de tipo numérica en la que a través de una escala de diez puntos se pregunta por la valoración de la materia y el profesor, y otra de carácter abierto, destinada a conocer la opinión de los estudiantes. El siguiente gráfico muestra la evolución de la nota media obtenida a lo largo de las 13 ediciones impartidas:



**Gráfico 1. Gráfico de evaluación de la calidad de la docencia del máster DCEI online.**

## 7. CONCLUSIONES

1. El Máster de Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional on-line de la Universidad Autónoma de Barcelona lleva ya realizadas trece ediciones y la percepción de aprendizaje por parte de los alumnos se ha mostrado satisfactoria. Podemos concluir, por tanto, que es un máster consolidado con una metodología de aprendizaje testada y contrastada.

2. Este Máster va especialmente dirigido a un perfil de alumnos que está ya desarrollando su trabajo en empresas o instituciones. Es un alumno que tiene unos estudios universitarios, con una edad media de 30 años (ambos sexos), que busca principalmente una formación especializada y que le acerque a la realidad de la profesión. El diseño de los contenidos del Máster, se ha hecho principalmente teniendo en cuenta estas características.

3. Una característica diferencial de este Máster, es que los tutores-profesores de los módulos son también los autores de los contenidos didácticos. Con lo cual el grado de implicación de cada profesor, los objetivos propuestos y el conocimiento de los contenidos del material lo hacen más motivador tanto para el alumno como para el profesor.

4. La implicación por parte del profesor, es decir, el seguimiento dinamizador que éste realiza en el aula Moodle durante el tiempo que debe impartir el módulo es la clave para que el alumno se sienta satisfecho y motivado por aprender. También es pieza fundamental, el trabajo de acompañamiento y soporte que realiza la Coordinadora de Aula tanto al alumno como al profesor.

5. Es primordial que los contenidos, materiales de trabajo y ejercicios sean de alto nivel, pues al tratarse de estudios de tercer grado se requieren conocimientos superiores a los impartidos en los grados.

6. La autodisciplina, así como la capacidad de sacrificio y esfuerzo deberán estar presentes en el alumno a lo largo del curso debido a que se estructura por módulos impartidos en un periodo de tiempo limitado y con fechas de entregas rigurosas. El respeto y cumplimiento del *timing* se convierte en elemento primordial para el correcto seguimiento del Máster.

7. Probablemente uno de los puntos fuertes y significativos del Máster sea el desarrollo de las actividades prácticas que realizan nuestros alumnos, así como la realización del proyecto final, ya que si no ha habido un alto grado de asimilación o comprensión de los contenidos de

cada módulo difícilmente el alumno será capaz de llevar a cabo o resolver estas actividades.

8. Al finalizar el Máster, el equipo de coordinación realiza una valoración interna de cada uno de los módulos con el fin de poner sobre la mesa aquellos aspectos que han funcionado correctamente y aquellas posibles incidencias que hayan podido producirse. A los profesores se les solicita revisión y actualización de los materiales y ejercicios.

### **Notas**

1. Fuente: [http://reddigital.cnice.mec.es/1/cabero/01cabero\\_2.html](http://reddigital.cnice.mec.es/1/cabero/01cabero_2.html)

### **Referencias Bibliográficas**

- ARGENTI, Paul. A. 2014. **Comunicación estratégica y su contribución a la reputación**. Lid. Madrid (España).
- CABERO, Julio. [http://reddigital.cnice.mec.es/1/cabero/01cabero\\_2.html](http://reddigital.cnice.mec.es/1/cabero/01cabero_2.html)
- COSTA, Joan. 2012. **El Dircom hoy**. CPC Editor. Barcelona (España).
- MARQUES, Pere. <http://ddd.uab.cat/pub/dim/16993748n11/16993748n11a5.pdf>
- SANTOS MARTÍNEZ, Clara Janneth. 2014. “Aulas virtuales y foros: escenarios educativos del siglo XXI”. En **Aprendiendo en el nuevo espacio educativo superior**. ACCI. Madrid (España).