

3.1 Sistemas de Información previa a la Matriculación

La Universidad de Navarra cuenta con un Servicio de Admisión y Promoción común para toda la Universidad, labor que desempeña con la colaboración de personal de la Facultad de Comunicación, y del personal del Máster en Gestión de Empresas de Comunicación.

El servicio de Admisión y Promoción es el responsable de planificar y desarrollar las acciones de comunicación de la marca Programas Máster Universidad de Navarra. Esta labor engloba:

- Elaboración un Plan de medios conjunto: papel y on line.
- Producción de material promocional general: folleto general y de centros.
- Gestionar las peticiones de información: masters@unav.es.
- Actualización y control del enlace “masters” de la página Web de la universidad.
- Organizar eventos de promoción conjunta.
- Asesoramiento en aspectos de promoción.
- Favorecer la creación de un punto de encuentro para compartir experiencias, acciones, sugerencias, necesidades...

Estas acciones van dirigidas a aumentar el prestigio de esta marca y a incrementar el número de alumnos en los programas de máster.

El Servicio de Admisión coordina la relación con los candidatos y los trámites derivados hasta su admisión. Por su parte, la Facultad y el propio equipo directivo del Máster proporcionan la información sobre sus titulaciones y orientan a los candidatos explicando los planes de estudio y los ámbitos profesionales que abarcan. Los candidatos son atendidos por correo electrónico, por teléfono o de forma directa, según lo soliciten, desde la Secretaría del Máster.

- Sistemas ON LINE.

El Máster en Gestión de Empresas de Comunicación, desde su página web www.unav.es/fcom/mgec, informa sobre las actividades del Máster y sobre las gestiones relacionadas con la admisión:

- o Información y noticias: <http://www.unav.es/fcom/mgec>
- o Proceso de admisión, plazos, etc.: <http://www.unav.es/fcom/mgec/espanol/admision.html>
- o Folletos informativos interactivos sobre el Máster: <http://www.unav.es/fcom/mgec/>
- o Publicación de un boletín informativo con noticias sobre el Máster. <http://www.unav.es/fcom/mgec/espanol/noticias.html>

Asimismo, el máster cuenta con presencia en varios portales especializados en programas de posgrado como Tumaster, Emagister y Mastermania.

- Sistemas de difusión de la información en soporte papel.

El Servicio de Admisión y la Facultad de Comunicación se coordinan para realizar envíos periódicos de información a los candidatos recogidos en una base de datos (generada a partir de los sistemas de difusión on line y los sistemas de difusión presenciales) que gestiona el Servicio de Admisión.

Se editan anualmente los siguientes folletos:

- o Solicitud de admisión y plazos de admisión.
 - o Folleto del programa del Máster en Comunicación Política y Corporativa.
 - o Alojamiento.
 - o Becas y ayudas.
- Sistemas de difusión presenciales de la información.
 - o Sesiones informativas sobre los estudios de posgrado para los alumnos de la Facultad de los dos últimos cursos de los grados que ofrece la Facultad de Comunicación de la Universidad (una a comienzo de curso y otra hacia el mes de marzo).
 - o Sesiones informativas en ciudades españolas acerca de la oferta de posgrados de la Universidad de Navarra, coordinadas desde el Servicio de Admisión de la Universidad
 - o Folletos informativos en los puestos de atención al público en el Congreso Internacional de Comunicación que se celebra anualmente en la Universidad y en el Seminario de FCOM Profesionales, que reúne a más de un centenar de antiguos alumnos en Madrid.

- o Participación en eventos organizados para la promoción de los estudios de posgrado como las Ferias Internacionales de Estudios de Posgrado, o eventos académicos especializados en el campo de la economía de los medios y la gestión de empresas de comunicación (por ejemplo, en 2008, la Reunión Anual de European Media Management Association).

Perfil de ingreso recomendado

- Perfil general:

Alumnos, españoles o extranjeros, que acrediten los requisitos legales de acceso previstos en el art. 16 del RD 1393/2007, que estén en posesión del título de graduado o titulación equivalente, preferiblemente con formación previa en estudios de Comunicación o en Ciencias Sociales y Jurídicas.

- Características personales:

- o Alumnos con inquietud intelectual que les empuje al desarrollo de las capacidades necesarias para profundizar en conocimientos teórico-prácticos y para adquirir habilidades de gestión.

- o Alumnos con perfil humanístico, visión estratégica, espíritu crítico, capacidad de argumentación y de trabajo, con habilidad para trabajar eficazmente en equipo, y con ilusión e iniciativa.

- o Estudiantes con inclinación hacia la empresa y hacia el desempeño de trabajos directivos en el campo de la comunicación.

- Características académicas y profesionales

- o Es necesario que los alumnos acrediten un nivel de inglés mínimo: IBT 88-89 puntos; PBT 570 puntos del TOEFL (Test of English as a Foreign Language), el nivel Advanced de Cambridge, u otros que se consideren equivalentes y que se demuestren en las pruebas de admisión

- o Se valorará la certificación de una experiencia profesional previa en el campo de la comunicación.