



Ayuntamiento de Madrid



Plan Nacional sobre Drogas



Asociación Española de Agencias de Publicidad de Salud



Máster en Comunicación y Salud

ON LINE

Título Propio de Posgrado de la UCM

Red Iberoamericana de Comunicación y Salud

**Magíster en Comunicación Social
y Salud de la Facultad Ciencias
de la Información en la Universidad
Complutense de Madrid (UCM)**

Premio Latinoamericano 2013





Definición

- Es un **Título Propio de Posgrado** de la Universidad Complutense de Madrid.
- Lo organiza la Cátedra de Comunicación y Salud UCM-AbbVie, con la colaboración del **Ayuntamiento de Madrid (Madrid Salud)**, **Fundadeps (Fundación de Educación para la salud)**, **INICyS**, la Delegación del Gobierno del Plan Nacional sobre Drogas, la Federación Nacional de Párkinson, Clínica la Luz, la Red Iberoamericana de CyS, la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la Asociación Española de Agencias de Publicidad en Salud y otras instituciones.
- Curso de modalidad **on line**, impartido por los mejores profesores universitarios y profesionales del sector a través del Campus Virtual de la UCM.
- Concebido para dotar a los alumnos de los **conocimientos, destrezas y habilidades** necesarias en el ámbito de la comunicación y la salud desde una **perspectiva aplicada a la práctica profesional**.



Razón de Ser

- El término “salud” ha incorporado aspectos que van más allá del concepto tradicional de “salud biológica”. Según la OMS, debe entenderse como el “bienestar físico, psicológico y social de la persona”.
- El objetivo del Máster es formar profesionales de alto nivel capaces de emplear en la “vida real” todos estos conocimientos integrados.



Razón de Ser

- Así, es necesario trabajar en el campo de la salud teniendo en cuenta, además de las variables biológicas, **otros factores que intervienen en la promoción de la salud y la prevención de enfermedades**; desde determinados aspectos como el Periodismo Especializado, Gabinetes de Comunicación, Comunicación Sanitaria (Comunicación institucional, comunicación interna...), Comunicación de Riesgo, Salud Pública, Prevención y Promoción para la salud, Educación para la salud, Marketing Social, Prevención en Adicciones, Comunicación Sanitario-paciente, Publicidad y Salud, Comunicación y Salud 2.0, etc.

Algunas de las Instituciones Organizadoras



abbvie

LA UCM, a través de la Cátedra de Comunicación y Salud de la Facultad de Ciencias de la Información, líder en España desde hace varios años ha venido desarrollando actividades e investigaciones sobre comunicación en el ámbito de la salud dentro del entorno universitario.

ABBVIE Farmacéutica ha venido desarrollando desde hace más de diez años una colaboración muy estrecha con la UCM en el estudio de la comunicación aplicada al mundo de la salud, mostrando un gran compromiso social e interés profesional y académico.



Instituciones colaboradoras(I)



MADRID SALUD, organismo autónomo del Ayuntamiento de Madrid, tiene como una de sus principales áreas de trabajo el estudio, desde una perspectiva interdisciplinar, de la acción comunicativa en el entorno de la salud. En este contexto ha desarrollado numerosas actividades y proyectos mediante convenio firmado con la UCM, garantizando prácticas a los alumnos del Magíster que lo deseen.



FUNDADEPS, Fundación de Educación para la Salud del Hospital Clínico San Carlos, tiene como finalidad fomentar la salud a través de la promoción y la educación, así como la investigación científica y técnica, donde la comunicación juega un papel fundamental.



Instituciones colaboradoras (II)



INICyS, Instituto Internacional de Comunicación y Salud. La misión fundamental de INICyS consiste en dinamizar la investigación y la docencia altamente especializada en el área de la comunicación y la salud con especial interés en los procesos de interacción entre ambas disciplinas. Su órgano oficial de divulgación en el ámbito de la investigación es la “Revista de Comunicación y Salud”. El Instituto se ha especializado en la implantación social de programas de Comunicación y Salud y la Consultoría.



La Universidad Autónoma de Nuevo León, es la tercera universidad más grande de México y la institución pública de educación superior más importante y con la mayor oferta académica del noreste del país. Esta universidad ha fundado recientemente la **Red Iberoamericana de Comunicación y Salud**, la cual se alza como uno de los máximos colaboradores del Magíster de Comunicación y Salud.



Instituciones colaboradoras (III)



Plan Nacional sobre Drogas (PNSD), es una iniciativa gubernamental creada el año 1985 destinada a coordinar y potenciar las políticas que, en materia de drogas, se llevan a cabo desde las distintas Administraciones Públicas y entidades sociales en España.



Federación Española del Parkinson (FEP), se constituyó en noviembre de 1996 y cuenta con 45 asociaciones repartidas por toda España con más de 12.000 asociados. El principal objetivo FEP es la mejora de la calidad de vida de los afectados y sus familias con especial interés en la comunicación y salud.



Instituciones colaboradoras (IV)



La Clínica La Luz, es uno de los más modernos complejos clínicos europeos y el centro asistencial privado más grande de Madrid. Desde su creación, en 1978, la La Luz considera al paciente el eje central de una asistencia sanitaria basada en el uso de la última tecnología médica por parte de profesionales de reconocido prestigio.



El Hospital Clínico San Carlos es un Centro Sanitario que desde su constitución en 1787 tiene entre sus objetivos la mejora de la asistencia, docencia e investigación. Reconstruido en los años 60, situándose en su actual ubicación, se ha ido modificando y adaptando a las demandas de la sociedad madrileña, siendo un referente a nivel nacional e internacional por el nivel de sus instalaciones y de sus profesionales.



Instituciones colaboradoras (V)



La OPS/OMS Organización Panamericana de la Salud (OPS) , organismo internacional de salud pública con más de 100 años de experiencia dedicado a mejorar la salud y las condiciones de vida de los pueblos de las Américas. Forma parte del Sistema de la ONU y actúa como Oficina Regional para las Américas de la OMS. Dentro del Sistema Interamericano, es el organismo especializado en salud.



La Asociación Española de Agencias de Publicidad de Salud (AEAPS), engloba a todas las agencias que, independientemente de su tamaño y localización, comparten un mismo objetivo: perseguir y lograr la máxima calidad de la comunicación en el ámbito de la salud.



Garantía

Las instituciones organizadoras y colaboradoras tienen una amplia trayectoria en el ámbito de la comunicación y la salud, y llevan casi una década trabajando de forma conjunta en la realización de cursos, talleres prácticos, investigaciones aplicadas, publicaciones, eventos y el Máster en Comunicación y Salud (durante 6 años). Por ello, ofrecen al alumnado **la mejor garantía académica y profesional** en este ámbito de estudio, desde una perspectiva eminentemente práctica y aplicada.



El Máster en Comunicación y Salud recibió el **Premio Latinoamericano 2013** otorgado por el Gobierno de Aragón, desde Cine y Salud, por la consideración de que el “trabajo de innovación y servicio del máster es de gran ayuda para multitud de agentes multidisciplinares”. Reconociendo de ese modo y apoyando la importante labor en esta nueva etapa de mayor trabajo desde el entorno digital.



Objetivo general

Este Máster nace con el propósito de
**complementar la formación y
promover la especialización**
en el ámbito de la comunicación y la salud,
un campo emergente y de gran demanda social.



Preparar **profesionales** para las siguientes áreas:

Médicos u otros especialistas sanitarios, trabajadores y educadores sociales, periodistas, enfermeros/as, gestores sanitarios, responsables de comunicación gestión sanitaria, especialistas en programas de salud, responsables de comunicación y de marketing, investigadores en comunicación y salud, directores de comunicación de instituciones sanitarias, publicistas de agencias vinculadas al sector salud, comunicadores especializados en salud, pedagogos/maestros vinculados a programas especiales, responsables de agencias de salud en el área de prevención, médicos interesados en las relaciones de comunicación médico paciente y otras, responsables de comunicación de la industria farmacéutica...



Objetivos concretos

- Ofrecer los **conocimientos necesarios** para comprender los mecanismos que intervienen en los procesos de salud desde el punto de vista de la comunicación social.
- Desarrollar las **habilidades y destrezas necesarias** para ejecutar adecuadamente los programas de intervención en comunicación y salud.
- Poner a los alumnos en **contacto con los mejores profesionales** del mundo de la comunicación y la salud, así como crear redes internacionales de trabajo, gracias a la modalidad virtual.
- Dar a conocer las **técnicas y experiencias profesionales**, mediante el desarrollo de casos prácticos de actualidad.



Metodología

- Es un curso de **500 horas** (200 teóricas y 300 prácticas), que comienza en **febrero** y termina en **septiembre** de **2017**.
- El curso dispone de gran material audiovisual: entrevistas grabadas, conferencias retransmitidas en directo por *streaming*, *podcast*, conferencias invitadas emitidas e directo o grabadas, canal propio audiovisual en Complumedia, canal de YouTube...
- El Máster se impartirá a través del **Campus Virtual de la UCM** (www.ucm.es). El campus dispone de un **aula virtual**, donde se desarrollan las actividades previstas en cada módulo, y de un **sistema de videoconferencia**, en el que los docentes pueden impartir sus clases e interactuar con el alumnado en directo.



Programa

El curso está compuesto por

8 módulos temáticos y dos módulos transversales de diseño de proyectos

que permiten obtener un
conocimiento real, global y práctico de la
comunicación social y la salud
desde sus diferentes áreas de estudio.



MÓDULO I.

COMUNICACIÓN Y SALUD: UNA INTRODUCCIÓN

Módulo introductorio en el que se estudian los escenarios contemporáneos nacionales e internacionales más relevantes en el área de la comunicación y la salud, desde un punto de vista tanto académico (revistas científicas, focos académicos, principales líneas de investigación...) como profesional (áreas de aplicación, grupos de trabajo, etc.)



MÓDULO II.

SALUD PÚBLICA, PROMOCIÓN Y EDUCACIÓN PARA LA SALUD

Este módulo intenta poner en común un conjunto de conceptos relacionados con la salud pública, tomando como marco conceptual la definición de la OMS de la salud como el bienestar “físico, psíquico y social de los individuos”. A partir del conocimiento de los conceptos fundamentales de la salud pública y el panorama epidemiológico de las sociedades modernas, se hace un acercamiento a las estrategias de prevención de la enfermedad, la promoción de la salud y la educación para la salud. La comunicación aparece como una dimensión más a incorporar en la intervención social para generar métodos de aprendizaje activo vinculados a la conducta saludable.



MÓDULO III. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y GRUPAL

Las líneas de investigación más actuales demuestran que la **comunicación interpersonal entre profesional sanitario y paciente** constituye una de las claves del éxito en todo programa de intervención.

En este módulo se presentan los modelos más recientes sobre las técnicas de implantación de una adecuada comunicación interpersonal en el área de la salud, así como los índices y procedimientos de evaluación. Por otro lado, se abordan los aspectos grupales de la comunicación en el ámbito sanitario, con especial hincapié en las redes de comunicación y comunicación interna como herramienta de salud personal y organizacional.



MÓDULO IV.

COMUNICACIÓN Y SALUD EN CLAVE COMUNITARIA

Se ofrece una visión de los procesos de comunicación como una dimensión fundamental de los procesos de cambio comunitario, atendiendo a los diferentes agentes y contextos que intervienen en ellos en los diversos ámbitos (educativo, sanitario, laboral, social).

Se aborda la inclusión de la perspectiva comunicacional en el diseño y gestión de programas y campañas de salud con enfoque comunitario promovidos por ONG's, instituciones públicas y empresas, utilizando para ello elementos de planificación estratégica, marketing social y publicidad.



MÓDULO V.

PERIODISMO E INFORMACIÓN DE SALUD. GABINETES DE COMUNICACIÓN

Este módulo agrupa dos áreas importantes: el periodismo especializado y los gabinetes de comunicación, ambos aplicados al ámbito de la salud.

El periodismo especializado en salud abarca, hoy día, una amplia panoplia de enfoques: diarios específicos para profesionales sanitarios, monográficos o suplementos de salud en prensa diaria, programas especializados en radio, tv, debates, tertulias, páginas web, blogs. Todos ellos son analizados en este módulo.

En lo que respecta a los gabinetes de comunicación, hace referencia al estudio de las consultoras de comunicación especializadas o los gabinetes de prensa o comunicación de instituciones sanitarias públicas y privadas.



MÓDULO VI.

COMUNICACIÓN DE RIESGOS Y GESTIÓN COMUNICATIVA DE LAS CRISIS DE SALUD

Cada vez con mayor frecuencia asistimos a la extraordinaria importancia e impacto mediático de determinados eventos relacionados con la salud: desde posibles pandemias, aparición de nuevos virus, catástrofes medioambientales, hasta casos de posible mala praxis. Todo ello genera una enorme “alarma social” que incide de forma muy importante sobre el discurso mediático de la salud y por lo tanto en la construcción de la realidad social de este concepto.

Se analizan en este módulo los modelos, técnicas y procedimientos para gestionar, desde la comunicación, estas situaciones de crisis, sin olvidar los aspectos éticos de tan delicada cuestión.



MÓDULO VII.

COMUNICACIÓN EN ADICCIONES

Se analizan diferentes modelos, técnicas y procedimientos de prevención e intervención en adicciones químicas y comportamentales (incluyendo las recientes adicciones a las tecnologías, Internet, *smart phones*, etc.) a través de la comunicación social, mediante diferentes programas, estudios y ejemplos llevados a la práctica.



MÓDULO VIII.

COMUNICACIÓN Y SALUD 2.0

Se analiza Internet y el uso de las herramientas ofrecidas por la web: *social media* (Facebook, Tuenti, Twitter...), foros de pacientes y de profesionales de la salud. Se aportan los conocimientos necesarios para el desarrollo del trabajo de *Community Manager* en comunicación y salud, y diferentes recursos online disponibles para ello. También se estudia la calidad de los contenidos de salud en la red, así como los sistemas de certificación disponibles (como el HONcode).



MÓDULO TRANSVERSAL I.

PLAN DE COMUNICACIÓN EN SALUD

Consiste en la realización de un Plan de Comunicación en Salud, de carácter individual, que se irá desarrollando a lo largo de todo el postgrado bajo la supervisión de un tutor y se entregará en el mes de septiembre. Su aprobación es imprescindible para obtener el título de Magíster.



MÓDULO TRANSVERSAL II.

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD Y SALUD

Consiste en la realización de una Campaña de Publicidad y Salud y salud, de carácter individual, que se irá desarrollando a lo largo de todo el postgrado bajo la supervisión de un tutor y se entregará en el mes de septiembre. Una “campaña de publicidad y salud” consiste en una comunicación profesional diseñada por una agencia de comunicación con una estrategia de comunicación (desarrollada mediante técnicas de investigación) y que culmina en la generación de una idea creativa y la realización de un conjunto de piezas de comunicación: anuncio TV, cuñas de radio, piezas 2.0... Este módulo transversal será impartido por la AEAPS (Asociación Española de Agencias de Publicidad en Salud) www.aeapsalud.es.

Su aprobación es imprescindible para obtener el título de Magíster.



SEMINARIOS ESPECIALIZADOS

- 1) Ética, comunicación y salud
- 2) Salud global y determinantes sociales de la salud
- 3) Cine y salud



CONFERENCIAS MAGISTRALES

Se invitará a profesionales de reconocido prestigio del mundo de la comunicación y la salud a impartir charlas y conferencias virtuales a lo largo del curso.



Prácticas profesionales

- El desarrollo de prácticas profesionales no es un elemento obligatorio para la aprobación del Máster.
- Se ofrecerán prácticas (para todos los alumnos que lo deseen) en las dependencias de Madrid Salud (Ayuntamiento de Madrid) consistentes en la rotación por diversos departamentos como por ejemplo adicciones, unidad de comunicación, centro de salud.
- La dirección del Magíster **facilitará los contactos** con organizaciones públicas, empresas y ONG´s para aquellas personas que deseen realizar una práctica profesional como parte de su formación.



Profesorado

El curso está desarrollado por:

- Altos cargos directivos de **instituciones públicas del ámbito de la salud**.
- **Profesionales del sector de la comunicación**, que provienen de empresas de gran nivel y especialización.
- **Profesores y Catedráticos de Universidad** con profundos conocimientos y experiencia en dichas disciplinas.



Alumnos

- El Máster va dirigido a **alumnos, tanto españoles como de países extranjeros**, que quieran profundizar en los conocimientos y destrezas del campo de la comunicación y la salud.
- También a aquellos **profesionales** que intervienen en el ámbito de la comunicación y/o la salud.

La titulación exigida es:

Diplomatura, licenciatura o grado.



Evaluación

El sistema de evaluación es continuo, e incluye:

- **Realización de trabajos prácticos individuales.** por módulo para evaluar los conocimientos adquiridos.
- **Participación en foros, chat y videoconferencias.** Se calificará la participación de los alumnos en foros, chat y videoconferencias (número de participaciones y calidad de dichas aportaciones).
- **Proyecto final.** Elaboración individual de un Plan de Comunicación en Salud y de una Campaña de Publicidad y Salud, bajo la supervisión de un tutor, a ser entregado en septiembre.

Matrícula



- El coste total de la matrícula es de 2.900 € (a pagar en dos plazos).
- Toda la **información referente a la preinscripción y matrícula** se puede encontrar en la página oficial de la UCM (el periodo de inscripción ya está abierto **puedes mandarnos ya tu CV para el proceso de pre-admisión (el cual se hará por selección de CV y orden de recepción de los mismos)** :

www.ucm.es

https://metanet.ucm.es/metaserv/FreeFormularioXml?cod_operacion=400001&CENTRO=15700&TITULO=053



Equipo de Dirección y Coordinación (I)

Ubaldo Cuesta: Director del curso y Catedrático UCM

Sandra Gaspar : Co-directora del curso

Hernán Díaz: Coordinador Académico del curso

Aitor Ugarte: Director de la Revista de Comunicación y Salud

Antonio Bañares: Dir. Gestión Sanitaria y R.R Institucionales de AbbVie

María Sáinz: Presidenta de FUNDADEPS

Joaquín Martínez: Gerente de la Clínica La Luz de Madrid.



Equipo de Dirección y Coordinación (II)

Miguel Costa Jefe del Centro de Promoción de Hábitos Saludables de Madrid Salud, Ayuntamiento de Madrid

Ernesto López Dirección General de Calidad de Madrid Salud, Ayuntamiento de Madrid

Francisco Babín Delegado del Gobierno del Plan Nacional sobre Drogas

Roberto Rodríguez Director de Comunicación, Marketing y Relaciones Institucionales en Grupo Amma

Rafael Barberá Director Edición de Informativos de Telemadrid

Dionisio Aranda Jefe de la Unidad de Comunicación de Madrid Salud, Ayuntamiento de Madrid



Datos de Contacto:

Sandra Gaspar Herrero Co-directora

Facultad de Ciencias de la Información (UCM)

Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad II

Cátedra de Comunicación y Salud

Despacho 403. 4ª planta

Avda. Complutense, s/n. (28040) Madrid

Correo electrónico: comunicacionysalud@gmail.com

Tlfs. (0034) 91 394 21 62 / 676 889 507

Página web: www.masterdecomunicacionysalud.com

<http://www.ccinf.es/comunicacionysalud/>



abbvie



Plan Nacional
sobre Drogas

