MAESTRÍA
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

MASTER IN BUSINESS AND INSTITUTIONAL COMMUNICATION

RPC-SO-14-No.161-2015

MISIÓN

Somos parte de Laureate, la mayor red internacional de educación superior. Formamos personas competentes, emprendedoras, exitosas y con visión global, comprometidas con la sociedad basados en la excelencia y los valores.

VISIÓN

Crear un modelo de referencia para la educación superior ecuatoriana; construir una comunidad universitaria orgullosa y comprometida con el país buscando de manera constante, la realización personal y profesional de sus miembros.

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

BIENVENIDOS

FACULTAD DE POSGRADOS

Bienvenidos a la Facultad de Posgrados de la Universidad de Las Américas.

A lo largo de 20 años, la Universidad de Las Américas (UDLA) ha crecido significativamente y ha logrado ser reconocida como una universidad de excelencia tanto en Ecuador como en la región. Somos una universidad con clara vocación global. Pertenecemos a la red de universidades Laureate, un grupo que reúne más de 75 universidades de excelencia en los 5 continentes. Estudiar en la UDLA significa no solo tener acceso a los recursos académicos y a los docentes de la red Laureate sino también a la posibilidad de pasantías e intercambios a nivel global.

El éxito de nuestros programas se debe a su relevancia y al impacto transformador. Nuestros programas tienen como objetivo formar profesionales capaces de aprender y cambiar constantemente para enfrentar con éxito los retos y desafíos de nuestro mundo globalizado. Los graduados de la UDLA se caracterizan por ser ciudadanos honestos, capaces de emprender y comprometidos con la creación de valor tanto para las organizaciones donde se desempeñan como para la sociedad donde viven.

Gracias por haber elegido la Facultad de Posgrados de la UDLA.

Giuseppe Marzano, PhD
Decano de Posgrados

BIENVENIDOS

udla

FACULTAD DE POSGRADOS

Dra. (c) Patricia Hidalgo
Directora Nacional de la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional

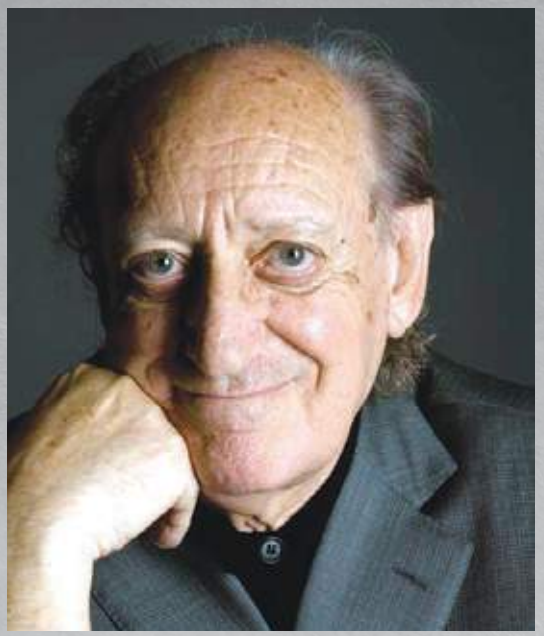
Es un honor presentar, uno de los programas de posgrado de mayor crecimiento en la región y que está generando una verdadera revolución en la forma como se están comunicando las organizaciones consigo mismo y con sus mercados; es así, que la Maestría en Dirección de Comunicación -DirCom- está enfocada en cumplir las más altas expectativas de nuestros participantes, combinando metodologías efectivas y estrategias innovadoras, que se encuentran diseñadas para que el pensum de estudios cumpla con los requerimientos del mercado laboral de la comunicación, en aspectos relacionados como la planificación estratégica, comunicación financiera, reputación corporativa y demás áreas sensibles de la actual comunicación empresarial.

Esta propuesta formativa involucra un equipo docente de profesionales con experiencia internacional y con una exhaustiva preparación en cada una de las áreas relacionadas que han sabido transmitir los mejores y más innovadores conocimientos y experiencias, haciendo que los maestrantes del DirCom tengan las competencias necesarias para diseñar, conducir y evaluar cualquier programa de difusión institucional, tanto interno como externo.

La Maestría DirCom de la Universidad de Las Américas fue desarrollada a partir de la incansable política de satisfacer las necesidades de una sociedad cada vez más evolucionada y dinámica, que está conectada todo el tiempo y sumamente informada en su contexto.

Finalmente, les envío un cariñoso saludo y pongo a su disposición nuestro DirCom como un referente de éxito en el mundo actual.

BIENVENIDOS



Joan Costa
Director Internacional del Máster DIRCOM

MÁSTER INTERNACIONAL DIRCOM

Dado que el entorno empresarial en nuestra era de las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías de la Información, aumenta su complejidad global, el grado de competitividad creciente, la elegancia de clientes cada vez más expertos, la dificultad de fidelizar, la gran velocidad de los procesos de cambio, el estrechamiento de los márgenes de operación y la necesidad de innovar, el más competitivo no es el que únicamente sabe hacer bien las cosas, sino el que además, sabe explicarlas de manera efectiva para convencer y seducir.

El Máster Internacional DirCom, en sus programas en Europa y Ecuador, es una superación conceptual y estructural, y más científica, en relación con las maestrías existentes, pues en general están demasiado inclinadas a las técnicas y las tácticas cuando precisamente el Director de Comunicación no ha de ser un técnico sino un estratega, generalista y polivalente.

El DirCom ha de ocupar una posición en la empresa y ejercer una gestión que no existe en las organizaciones: el diseño de la política y la estrategia de comunicación, la dependencia de la más alta instancia para los asuntos corporativos, la consultoría para las Direcciones Generales, la dirección integrada de las comunicaciones y la responsabilidad de la Imagen/Reputación de la institución ante todos los actores sociales.

Por lo anotado y seguros de ofrecer una alternativa que responde a las necesidades y expectativas de crecimiento de las organizaciones ecuatorianas y en el mundo, estamos orgullosos de ofrecer un programa académico único por la calidad de sus contenidos y docentes internacionales y nacionales, que cuenta con altas cuotas de satisfacción y eficacia en la práctica diaria de la gestión estratégica.

LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®

LÍDER GLOBAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

RED LAUREATE

La Universidad de Las Américas pertenece a La RED LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES, actualmente la comunidad más grande de instituciones privadas de educación superior a nivel mundial. Hoy Laureate es una red de más de 75 prestigiosas instituciones acreditadas de educación presencial y a distancia que ofrece programas académicos a más de 800.000 estudiantes en el mundo, está presente en 30 países y cuenta actualmente con más de 100 campus y sedes en América, Europa y Asia. Las universidades de Laureate ofrecen más de 130 carreras y programas en los campos de ingeniería. negocios, ciencias sociales, educación, ciencias de la salud, tecnología, arquitectura, entre otras.

La Red Laureate te permite acceder a un programa de MBA en Ecuador único y realmente global.

ORIENTACIÓN DEL PROGRAMA

El Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional DirCom, es un programa innovador que responde a las exigencias actuales de una sociedad cada vez más exigente en sus procesos de comunicación y constitución de Imagen.

Hay una superación conceptual y estructural, y más científica, en relación con las existentes, pues en general están demasiado inclinados a las técnicas y las tácticas cuando precisamente el Director de Comunicación no ha de ser un técnico, sino un estratega, generalista y polivalente.

En primer lugar “estratega”. En segundo lugar “generalista”, en el sentido holístico o global del término: que gestiona el todo y las partes, lo interno y lo externo, lo puntual y lo constante, lo particular y lo institucional. Y en último lugar, “polivalente”, entendido como un ser plural, lo contrario de un superespecialista que opera exclusivamente en una parcela aislada de las demás.

La presencia del máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, que ya se está viendo en grandes organizaciones a nivel mundial, define una posición profesional de alto prestigio que responde a los constantes retos de la sociedad de la información y del conocimiento.

Programa de Maestría pionero en Latinoamérica

ATRIBUTOS DIFERENCIADORES

- Módulo introductorio con Joan Costa (Director Internacional del Programa) considerado gurú de la Comunicación Corporativa, Empresarial e Institucional.
- Maestría Semipresencial con apoyo de plataforma virtual internacional.
- Docentes nacionales e internacionales con amplia trayectoria académica y empresarial.
- Moderna formación aplicada a la realidad ecuatoriana.
- Respaldo presencial permanente.
- Respaldo de la Red Internacional DirCom.

PERFIL DEL ESTUDIANTE

Perfil de ingreso:

El programa DirCom ha sido concebido para los ejecutivos, profesionales, estrategas y estudiantes que aspiran a alcanzar una posición en la empresa con rango de Director de Comunicación, o ampliar sus conocimientos teóricos y prácticos. Asimismo está dirigido a los profesores de Ciencias Sociales, Economía, Organización, recursos Humanos y Dirección de Negocios así como para aquellas empresas que desean elevar el nivel de sus más aptos colaboradores que tienen cargos de mayor responsabilidad y proyección.

Perfil de egreso:

Nuestros graduados serán capaces de analizar de manera crítica los procesos de la comunicación empresarial/institucional, con una clara comprensión conceptual de la dirección estratégica y con conocimientos teóricos y prácticos sobre los últimos desarrollos de las TICS. El maestrante estará en la capacidad de diseñar e implementar Planes Estratégicos Globales de Comunicación, que respondan a las necesidades del país y a las especificidades organizacionales públicas o privadas, culturales, económicas y sociales del ámbito laboral del que hacen parte, aplicando metodologías y herramientas tecnológicas del DirCom.

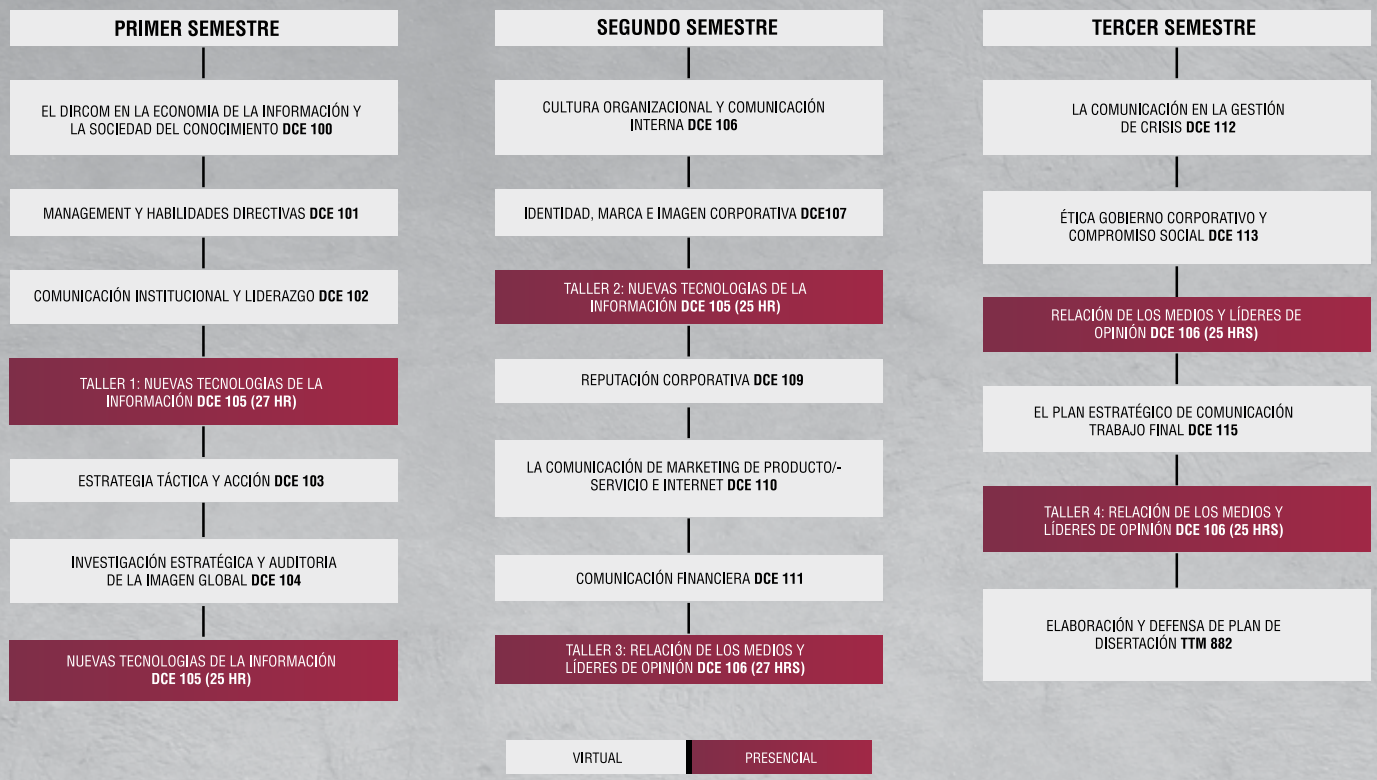
CAMPO OCUPACIONAL

El DirCom tiene un rol diverso, tanto en empresas e instituciones, del que señalaremos ocho importantes características:

- Estratega, ya que debe concebir y planificar estrategias de comunicación, coordinadas con la estrategia general y los objetivos económicos de la empresa.
- Asesor de la Presidencia, del Consejo de Administración y/o de los Vicepresidentes o Directores, en materia de estrategia y gestión de comunicaciones.
- Portavoz Corporativo ante medios y líderes de opinión para reforzar el liderazgo de la alta gerencia y las relaciones institucionales al más alto nivel.
- Planificador de políticas, acciones de comunicación, modelos, planes y procesos.
- Defensor de las conductas éticas de los activos intangibles y de la buena reputación de la empresa.
- Animador de grupos, entre los que introducirá la didáctica de la comunicación y la cultura interdisciplinaria.
- Nexo hacia la empresa, a la que trasladará las voces y expectativas de sus clientes internos, externos y de las demandas sociales.
- Ingeniero en emociones, en tanto que conceptualiza y es corresponsable de la Identidad Corporativa y de la Imagen de Marca.

La formación estratégica del DirCom permite al profesional desarrollarse con efectividad en la Dirección de Comunicación y la asesoría de la alta gerencia en la toma de decisiones relevantes. Responde a las nuevas necesidades de las organizaciones en el ámbito del management y específicamente en la gestión de las comunicaciones y relaciones internas y externas.

MESO CURRÍCULO DEL PROGRAMA



Períodos presenciales
Seminario Taller DirCom

Consiste en períodos intensivos de tres días, en total seis durante los dos años de estudio, que se dictan en la universidad con profesores nacionales e internacionales con el fin de discutir casos prácticos correspondientes a la realidad ecuatoriana, según la teoría impartida a los módulos cursados que correspondan, a la problemática existente de la empresa / institución del o los maestrantes y a la realidad y desarrollo mundial en la que el DirCom tiene incidencia directa e indirecta.

Además de los seminarios / talleres, se realizarán las evaluaciones presenciales complementarias a las actividades virtuales y evaluaciones en línea.

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

1. El DirCom en la economía de la información y la sociedad del conocimiento

¿Para qué un estratega y gestor de las comunicaciones en el nuevo escenario global? Responsabilidades del DirCom y su posición en el organigrama. Liderazgo Institucional o corporativo. Comunicaciones Integradas en una acción común. El departamento o Dirección de Comunicación.

2. Managment y Habilidades Directivas

Socioeconomía de la organización. Cultura de Comunicación. Dirección de Objetivos. Negociación y Resolución de problemas. Persuasión y Convicción

3. Comunicación Institucional y Liderazgo

El DirCom en la promoción de Liderazgo del presidente y en las relaciones institucionales, Importancia del periodismo corporativo en las relaciones internas y externas.

4. Estrategia, Táctica y Acción

La estrategia comunicacional vinculada a la estrategia general del negocio. Decisión y racionalización de la acción. Seguridad de la acción. Logística, eficacia y costo del control de la acción.

5. Investigación Estratégica y Auditoría de la Imagen Global

El Papel de los públicos internos y externos en las estrategias de comunicación. Los tres modelas de la investigación aplicada las comunicaciones y relaciones.

6. Nuevas tecnologías de la Información

Nuevo escenario tecnológico para la comunicación corporativa. Los sistemas de gestión de contenidos y las nuevas posibilidades comunicativas de la red. La Última innovación web: los blogs o bitácoras.

7. Cultura Organizacional y Comunicación Interna

La cultura organizacional y sus características. El rol del DirCom. La complejidad de las organizaciones. Cultura y Cambio. La resistencia al cambio. La gestión estratégica.

8.Identidad, Marca e Imagen Corporativa
Identidad de empresa producto /servicio. Identidad e imagen y estrategia comunicacional. Construcción de la marca, Valorización y gestión.

9. Relaciones con los medios y líderes de opinión
El Jefe de prensa y sus cometidos. La oportunidad de informar. El fichero de prensa. Elección del soporte. Los medios de comunicación. Forma de relación con los medios.

10. Reputación Corporativa
La medida de la reputación y los stakeholders. La complejidad de las organizaciones en el mundo globalizado y el nuevo rol del DirCom . La comunicación compleja y los desafíos del DirCom. El antes y después del DirCom.

11. La comunicación de marketing de producto /servicio e internet. Comunicación Efectiva.
Marketing, Publicidad, Promoción , Marketing Directo. Comunicación de Marketing en internet y en las nuevas tecnologías de comunicación

12. Comiunicación Financiera
Los nuevos paradigmas de la comunicación financiera. El concepto de comunicación financiera y su aportación al desarrollo sostenible. La comunicación financiera aplicada a los productos socialmente responsables. La comunicación financiera y las organizaciones no gubernamentales de desarrollo.

13. La Comunicación en Gestión de Crisis.
Prevenir las Crisis. El análisis CIV. Proacción y reacción estratégicas. Fórmulas. Estrategia de comunicación de crisis: El Plan de Comunicación de Crisis. La Poscrisis y la oportunidad de cambios

14. Ética , Gobierno corporativo y compromiso social
Competitividad responsable. La revolución de la transparencia. La recompensa de un buen gobierno Corporativo. Responsabilidad Social e interés público.

15. El Plan Estratégico de Comunicación
Principios organizadores del plan. Las Variables y las Constantes. Objetivos y estructuras del Plan Estratégico de comunicación.

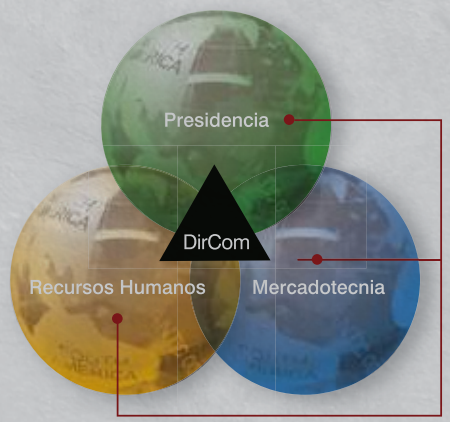
16. Realización Individual de un Plan Estratégico de Comunicación. Trabajo Final.
Se desarrollará un caso práctico real que será definido entre los estudiantes a partir de unas premisas propuestas por el profesor

POSICIÓN DEL DIRCOM EN LA EMPRESA

Hoy, cuando todos los emprendedores, empresarios, directivos y empleados, inversores, distribuidores, administraciones públicas, líderes de opinión, competidores y consumidores estamos atrapados en la red global, la llave maestra se llama Creatividad, Estrategia y Gestión de los vínculos. Los modelos del pasado ya no valen.

Este es el reto. Innovar, fidelizar y crear negocios éticos y sostenibles. Todo esto pasa por la comunicación, las relaciones, la cooperación, el compromiso y la tecnología. En este contexto, el DirCom, estratega y gestor de las comunicaciones, se afianza más y más como la nueva figura en alza.

He aquí los ámbitos de la comunicación empresarial, que configuran los tipos de comunicaciones en tres grandes áreas: Institucional, Organizacional, Mercadológica.



Joan Costa (España)
Comunicólogo, Diseñador, sociólogo e investigador de la comunicación visual. Consultor de empresas y reconocido profesor universitario. Conocido internacionalmente como el Gurú de la Comunicación Corporativa. Autor de más de 25 libros y cientos de artículos sobre imagen, diseño y comunicación en diferentes países de América Latina. Ha dirigido más de 300 programas de comunicación, imagen e identidad corporativa para empresas e instituciones europeas y latinoamericanas, como el Aeropuerto de la Ciudad de México, Banamex (México); Banco de Bogotá (Colombia); Banco Galicia (Argentina); Banco Comercial Portugués; Banco Nacional Ultramarino, Nova Rede e Império (Portugal); Groupama Assurances , Pernado Ricard, Credit Lyonnais (Francia); Deutsche Bank (Alemania); International Group Insurances Zurich, Plethora Holding (Suiza); Selfsime Elettronica (Italia); Amaleen (Gran Bretaña); Comité Económico y Social de la Unión Europea (Bruselas); telefónica, Repsol, YPF, Caja de Madrid, IBM , Inespal, Iberia, Viva Air, BBVA, Cajas Rurales, Unicaja , BSCH, Uniseguros, Bilbao Bizkaia Kutxa (BBK), ServiRed, Lladró, Terra networks, Grupo Agbar, Aigues de Barcelona, Caixa de Cataluya (España).

José Villamarín Carrascal (Ecuador)
Doctor en Literatura y Letras de la Universidad Católica del Ecuador; Magister en Comunicación Empresarial de la Universidad Internacional del Ecuador ; Catedrático de la Facultad de Comunicación Social del Pregrado de la Universidad Central del Ecuador; Director del Instituto superior de Investigaciones de la Comunicación Social, ISICS, de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador Relacionista Publico y Jefe de Publicaciones de Petroecuador.

Miguel Vásquez (Ecuador)
Doctorado de Ingeniería de Proyectos en la Universidad de Catalunya; Master en comunicación en la Universidad Andina "Simón Bolívar"; Jefe de Relaciones Institucionales de Petroecuador; Docente Universitario en las Maestrías de Comunicación Institucional, Organizacional y Corporativa de la Universidad Central del Ecuador; Asesor y Productor General de Comunicación de la Presidencia - Secretaría de Prensa; Jefe de Comunicación Social del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

José Carlos Losada (España)
Doctor en Ciencias de la Informacion por la Universidad Pontificia de Salamanca. Porfesor de Comunicación Institucional y de Empresa e Imagen Corporativa en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica de Murcia (España). Profesor visitante en el Instituto de Estados Jornalisticos de la Facultad de Letras de la Universidad de Coimbra (Portugal) y en el Intitute Political Sciences at Wroclaw Univerity (Polonia). Secretario de la revista Científica en ciencias de la Comunicación, Sphera Pública.

Francisco Fernández Beltrán (España)
Licenciado en Ciencia de la Informacion y Postgrado con Diploma de Estudios Avnzados en Comunicación Empresarial e Institucional. Ha gestionado acciones de comunicación publicitaria para Grunding España, Cookson Mathey y la Federación Empresarial de turismo, entre otras, Jefe de Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universidad Jaume de Castellón y profesor del Master en Dirección Estretégica de la Comunicación, del que es codirector y Profesor asociado en la Titulación de Publicidad y Relaciones Públicas.

Guillermo Bosovsky (España)
Licenciado de Psicología, Master en Marketing, con formación en psicología Social, Psicoanálisis, teoría del conocimiento, lingüística y comunicación. Director en la consultoría en Marketing y Comunicación Corporativa, "Doxa", Instituto de estudios de Mercado y Opinión. Experiencia de casi 30 años en trabajos de investigación y consultoría en España y América Latina, con aplicación de metodología propia. Vicepresidente Primero del Club de Dirigentes de Marketing de Madrid y Director del consejo de Marketing y Comunicación para España y Portugal de The Conference Board.

Michael Ritter (Alemania)
Profesor de Comunicación Publicitaria Institucional, Universidad Católica Argentina, Profesor de Dirección de Comunicación Institucional, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Institución de la que es consejo honorario. Miembro Internacional Association of Business Communicators. Fundador de la Asociación de Dircom´s de Argentina. Director de Comunicación de la Corporación Siemens para el cono Sur.Miembro fundador del exclusivo Global Communication Council creado por Siemens en Alemania.

ACADÉMICO Y EMPRESARIAL

Italo Pizzolante (Venezuela)
Doctor de Comunicación, Universitat Jaume L. Castellón (España). Profesor de Instituto de Estudios Superiores de Administración, IESA Caracas. Consultor Internacional en Comunicación Estratégica, Cultura e Imagen Corporativa. Miembro de la Junta Directiva del Consejo Superior de American Venezuela Business League. Miembro Honorario del Colegio de Relaciones Públicas de Venezuela. Autor de varios libros y artículos sobre Comunicación Estratégica.

Andrés Aljure (Colombia)
Profesor de Comunicación Organizacional de la Universidad Pontificia Javeriana de Bogotá (Colombia). Master en Dirección de Comunicación Corporativa de la Escuela de Administración de Empresas, Barcelona. Director de Comunicaciones de la Farmacéutica multinacional alemana Boehringer Ingelheim en Colombia. Miembro de la comisión de Imagen de AFIDRO, Asociación de laboratorios Farmacéuticos de Investigación, Colombia. Distinguido con el "Galardón ECO" como Estratega de Comunicación en el Congreso Internacional de Comunicación Organizacional, Colombia 2003.

Marcelo Manucci (Argentina)
Doctor de Comunicación, psicólogo con especialización de Posgrado en el área clínica en Terapia Sistemática Psicodrama.
Especialización de Posgrados en área de Marketing, Imagen Institucional, Comunicación y Publicidad. Ha participado como profesor de grado y posgrado de comunicación en las facultades de Argentina, Colombia, Chile Brasil, Bolivia, Perú Ecuador, Uruguay y Estados Unidos. Profesor en la Universidad de San Andrés (Buenos Aires) y Pontificia Javeriana (Bogotá Colombia). Autor de varios libros de comunicación, En la actualidad es Director General de la Consultora Estrategika.

Sandra Fuentes (Colombia)
Licenciada en Ciencias de la Información y Posgrado con Diploma de estudios Avanzados de Comunicación Empresarial y Catedrática a nivel de pregrado y posgrados en las facultades de Comunicación y Lenguaje y Ciencias Económicas y Administrativas. Actualmente es Directoras de la Especialización en Comunicación Organizacional de la Pontifica Universidad Javeriana Bogotá (Colombia). Ha diseñado e implementado programas de mercadeo y seguimiento de control en las áreas de producción en diversas empresas. Consultora con alta experiencia en diseño, implementación y gestión de Planes Integrales de Comunicación en Organizaciones privadas y públicas.

María Teresa Benlloch (España)
Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Jaume I de Castellón y profesora en el área de la Comunicación Organizacional, Publicidad y Relaciones Públicas.

Gabriela Egas (Ecuador)
Licenciada en Ciencias de la Comunicación con mención en General e Institucional, Universidad Central del Ecuador; Magíster en Planificación y Dirección Estratégica, Escuela Politécnica del Ejército. Docente de la Universidad de las Américas en la Facultad de Comunicación Social. Consultora con amplia experiencia en el diseño de planes estratégicos integrales en empresas privadas; y en el diseño, implementación y gestión de planes de comunicación en instituciones públicas y privadas.

Patricia Hidalgo Albuja (Ecuador)
Candidata a Doctora en Ciencias Sociales por FLACSO (Ecuador). Máster en Docencia Universitaria por la ESPE. Líneas de investigación en las que trabaja: Comunicación Organizacional y Política, Participación Ciudadana, Políticas Públicas y Desarrollo Local. Se ha desempeñado profesionalmente como consultora en los planes estratégicos de las Comunidades del Milenio en Ecuador. Es docente en la Universidad de Las Américas, en pregrado, posgrado y es profesor investigador adjunto al Programa de Posgrado de Política Urbana del IAEN.

Jordi Morató Bullido (Suiza)
Doctorando en el Departamento de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual de la Universitat Autònoma de Barcelona. Máster Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Diploma de posgrado de Periodismo Digital. Universitat Oberta de Catalunya (UOC) - El Periódico. Diploma de posgrado de Comunicación Científica, Institut d'Educació Contínua de la Universitat Pompeu Fabra. Licenciado en Ciencias de la Información (Periodismo), Universitat Autònoma de Barcelona.

MODALIDAD

El Máster DirCom se imparte en la modalidad “Semipresencial con apoyo virtual”, utilizando tecnología interactiva multimedia en soporte web. Hace uso de aulas virtuales que permiten la presentación de contenidos didácticos y el uso de herramientas interactivas. Los espacios están diseñados para que el maestrante pueda desarrollar un aprendizaje teórico guiado con aplicación en casos reales que son corregidos por el profesor-tutor en cada módulo, quien tambien orienta a la búsqueda de información y experiencias en los campos empresarial e institucional.

Los maestrantes participan en chats, video conferencias y foros permanentes para exponer sus opiniones e inquietudes tanto al profesor como a los demás estudiantes frente a problemas e inquietudes respecto a la teoría (documentos y archivos multimedia) y práctica (casuística).

El acompañamiento académico a lo largo de todo el programa, a través de su sistema de tutorías, garantiza altos índices de titulación y calidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se realizan talleres presenciales a lo largo del programa.

Además se Incluyen actividades de investigación y vinculación con la sociedad.

METODOLOGÍA

La metodología de estudio del programa utilizará intensamente aplicaciones tecnológicas como chats mensuales, foros permanentes y video-conferencias, para aprovechar al máximo el equipo de docentes de los que dispone a nivel local e internacional.

REQUISITOS PARA POSTULAR

- Título de tercer nivel en cualquier área debidamente registrado en el SENESCYT.
- Experiencia laboral de dos años como mínimo*.
- Completar y firmar el formulario de postulación.
- Entrevista con el Director de la Maestría.
- Currículum profesional y académico.
- Test de admisión.
- Carta de recomendación.
- Certificado suficiencia en Inglés.

*Pese a no cumplir con este requisito, la entrevista con el director del programa determinará la aceptación del postulante.

PROCESO DE ADMISIÓN

Inscripción:

Se emitirá un oficio de aceptación al programa. Con esta documento se oficializará el ingreso del estudiante al programa. Una vez recibida aquella comunicación, el estudiante deberá entregar:

- Copia del título profesional de ambos lados
- Copia de cédula (nacionales) / pasaporte (extranjeros)
- Dos fotos tamaño carné

Matrícula:

Una vez terminado el proceso de inscripción, el estudiante procederá a pagar su matrícula a fin de reservar su cupo. Puede pagar el importe de la matrícula con tarjeta de crédito, en efectivo o crédito educativo mediante el Banco del Pacífico.

FINANCIAMIENTO

- Tarjetas de crédito: A 24 meses sin intereses y hasta 36 meses con intereses.
- Crédito educativo mediante el Banco del Pacífico

EL
MUNDO
NECESITA
GENTE
QUE
AME
LO
QUE
HACE

Categoría C

MAESTRÍA
EN DIRECCIÓN EN COMUNICACIÓN

MASTER IN COMMUNICATION MANAGEMENT

Campus Granados: Av. Granados y Colimes, esq.
Campus UDLAPARK: Antiguo Redondel del Ciclista, vía a Nayón.
Campus Colón: Av. Colón y 6 de Diciembre.
Instalaciones Queri: José Queri y Av. Granados.
Teléf.: (02) 3970017
Correo: admision@udla.edu.ec