

**MAESTRÍA  
EN DIRECCIÓN  
EN COMUNICACIÓN**  
MASTER IN COMMUNICATION MANAGEMENT



## **MISIÓN**

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.

A stylized, handwritten-style logo in red ink, possibly representing the acronym 'UNDA' or a similar name, positioned in the lower right quadrant of the page.



UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

DEPARTAMENTO DE LAS AMERICAS

## BIENVENIDOS



### ESCUELA DE POSGRADOS

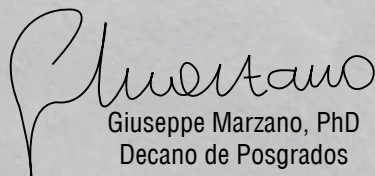
Bienvenidos a la Escuela de Posgrados de la Universidad de Las Américas.

A lo largo de 20 años, la UDLA ha crecido 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.

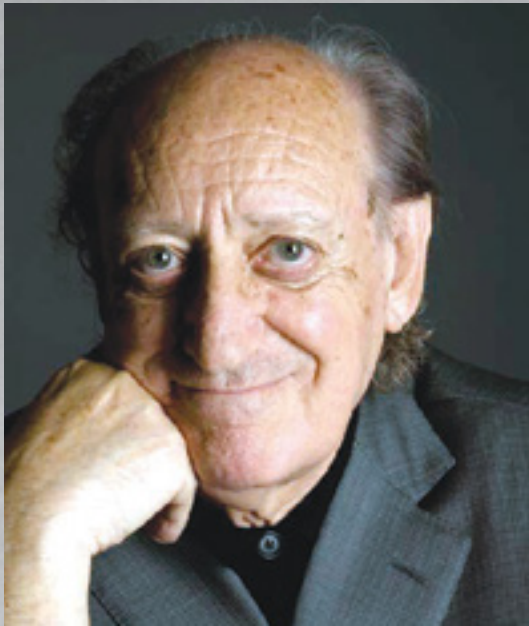
El éxito de nuestros programas se debe a su relevancia y a su impacto transformador. Nuestros programas tienen como objetivo formar profesionales capaces de aprender y cambiar constantemente para enfrentar con éxito los retos y desafíos de nuestro mundo globalizado. Los graduados de la UDLA se caracterizan 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 Escuela de Posgrados de la UDLA.



  
Giuseppe Marzano, PhD  
Decano de Posgrados

## BIENVENIDOS



Joan Costa  
Director Internacional del Máster 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 maestría 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 a distancia 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.
- Semana intensiva\* de formación en la Universitat Jaume I -UJI- y visita a empresas con casos prácticos DirCom.

\*Opcional, mínimo 15 maestrantes.



## 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:

Al finalizar el máster, el profesional estará en la capacidad de:

1. Dirigir, desarrollar y controlar la imagen de la empresa o del grupo.
2. Coordinar las Comunicaciones Institucionales al más alto nivel.
3. Diseñar los Planes de Comunicación según planes estratégicos.
4. Reforzar, o cambiar si es preciso, la Cultura Organizacional.
5. Integrar las comunicaciones: Institucional, Organizacional y Marketing.
6. Asegurar los activos de la compañía con manejo efectivo de Crisis.
7. Ejercer una asesoría didáctica interna de comunicación a través de su Dirección.







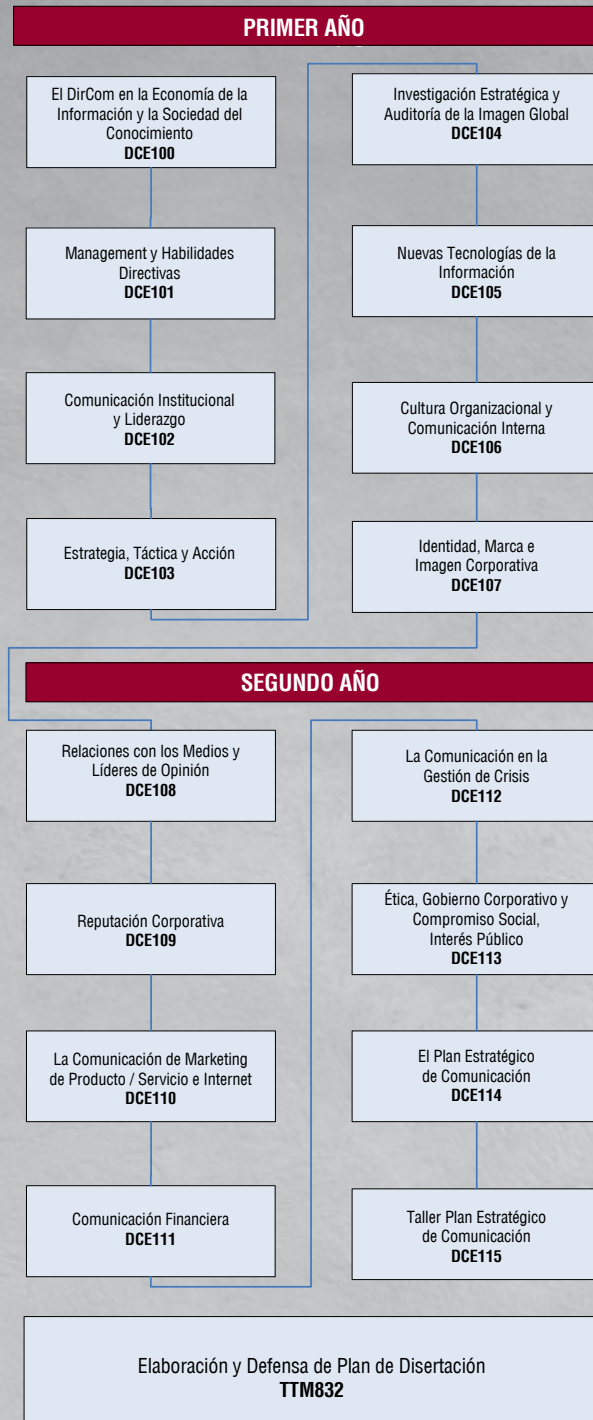
## CAMPO OCUPACIONAL

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.
- Nexa 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 cuatro 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. Management 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 modelos 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. Comunicación 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.

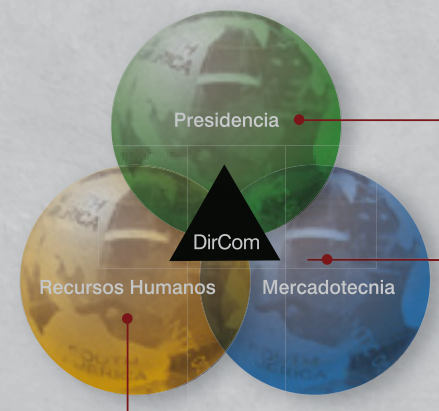
Se desarrollará un caso práctico real que será definido entre los estudiantes a partir de unas premisas propuestas por el profesor

# 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, estrategia 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 Catalunya (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 Público 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 Información por la Universidad Pontificia de Salamanca. Profesor 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 Jornalísticos 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 Información y Postgrado con Diploma de Estudios Avanzados 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 Estratégica 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.

### **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.

## ACADÉMICO Y EMPRESARIAL

### **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.

### **Olivia Morales Zenteno (México)**

Estudio la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Internacional de México, DF. Máster en Administración de Empresas en el ITAM de la misma ciudad y Master en Dirección de Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona. Cuenta con más de diez años de experiencia como publicista. Su asignación profesional más enriquecedora ha sido como Directora de Planeación en la Vicepresidencia de Imagen Corporativa del mexicano Grupo Telesiva. Ha recibido reconocimientos internacionales como el de New York Festivals. Actualmente se dedica a la consultoría a través de su empresa Brand New Planning.

### **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 Directora de la Especialización en Comunicación Organizacional de la Pontificia 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.

### **Sebastián García (España)**

Doctor en Bellas Artes. Diseñador e Investigador y artista plástico dedicado a la síntesis del lenguaje visual, imagen corporativa institucional, señalética y diseño arquitectónico. Miembro Asociación Andaluza de Diseñadores. Profesor principal de diseño, Bellas Artes y Nuevas Tecnologías, U. de Málaga. Director del equipo de investigación I + Diseño.

### **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.

### **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.

### **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.



## MODALIDAD

El Máster DirCom se imparte en la modalidad “A distancia 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 también 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).

Al ser un programa a distancia se contemplan las evaluaciones por exámenes por cada módulo, que serán rendidos en el Campus principal de la UDLA y, también la realización de Seminarios - Talleres presenciales (períodos de tres días cada cuatro meses) en los que se analizará, respecto a la temática, la problemática ecuatoriana y su aplicación práctica en el día a día.

## 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.



## SEMANA INTENSIVA\* DIRCOM EN LA UNIVERSIDAD JAUME I –UJI– Y VISITAS A EMPRESAS CON CASOS PRÁCTICOS

Los participantes de la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la Udla, tiene la oportunidad de cursarla denominada Semana Intensiva Dircom, en la Universidad Jaume de Castellón I – UJ I- , reconocido centro educativo de excelencia a nivel mundial, gracias al convenio interuniversitario entre dicha institución y la Red Internacional Laureate. Este programa se brinda en forma exclusiva para Ecuador para la Universidad de las Américas y contará con la participación directa de Joan Costa Segales, quien analizará críticamente, junto a los maestrantes, las consideraciones producto de las visitas programadas a empresas con casos DirCom.

Incluye:

- Profesores Capacitados
- Materiales de Estudio
- Certificado de Participación
- Visitas Guiadas
- Pasaje aéreo, traslados, alojamiento y alimentación \*\*

\*Mínimo 15 maestrantes participantes.

\*\*Valores a cargo del maestrante.

Ni la UJI ni la UDLA gestionará visas.

## 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.

\*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, crédito bancario, crédito directo de la UDLA o crédito del IECE.



## FINANCIAMIENTO

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

**EL  
MUNDO  
NECESITA  
GENTE  
QUE  
AME  
LO  
QUE  
HACE**

# MAESTRÍA EN DIRECCIÓN EN COMUNICACIÓN

MASTER IN COMMUNICATION MANAGEMENT

**Campus Granados:** Av. Granados y Colimes, esq.

**Campus Colón:** Av. Colon y 6 de Diciembre.

**Campus Queri:** Jose Queri y Av. Granados.

**Teléf.:** (02) 3970017

**Correo:** posgrados@udla.edu.ec

