

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE REDES SOCIALES
MASTER IN COMMUNICATION,
SOCIAL MEDIA CONCENTRATION

Programa pendiente de aprobación WSCUC



WSC
Senior College and
University Commission

MISIÓN

Es misión de la Universidad, formar personas competentes, emprendedoras y con visión internacional-global, comprometidas con la sociedad, y basadas en principios y valores éticos.

VISIÓN

La Universidad tiene como 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 y mantenerse permanentemente integrada a la comunidad académica internacional.





UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

BIENVENIDOS



FACULTAD DE POSGRADOS

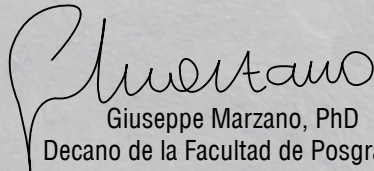
Bienvenidos a la Facultad de Posgrados de la Universidad de Las Américas.

A lo largo de más de 20 años, la UDLA ha crecido y ha logrado ser reconocida como una universidad de excelencia tanto en Ecuador como en la región. Prueba de esto es la acreditación WSCUC que garantiza a nuestros estudiantes desarrollarse profesionalmente en la única institución universitaria de Ecuador que se somete de forma continua a un proceso riguroso de evaluación de calidad académica bajo estándares internacionales. Por lo tanto, estudiar y graduarse en la Facultad de Posgrados de la UDLA abre a nuestros estudiantes la posibilidad de competir 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 Facultad de Posgrados de la UDLA.




Giuseppe Marzano, PhD
Decano de la Facultad de Posgrados

BIENVENIDOS



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Iria Puyosa'.

Iria Puyosa, PhD
Directora del Programa

Con la Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, abrimos un espacio de formación de alto nivel en campos profesionales que hasta ahora no se estaban explorando en Ecuador.

Nuestra maestría formará a una nueva generación de comunicadores ecuatorianos que asumirá los retos de la producción para los medios digitales, incorporando las técnicas más innovadoras de elaboración de formatos digitales, interactividad, multimedia, comunicación móvil, narrativas transmedia y contenidos para medios hiperlocales.

Nuestros egresados serán los primeros formados en estudios de cuarto nivel en el país con las competencias para la gestión de comunidades web, con distintas especificidades como las redes de activistas sociales, las redes de activistas políticos, las audiencias de productos de entretenimiento y los clientes de empresas y servicios.

Asimismo, el programa ofrece formación avanzada en comunicación digital, con énfasis en los planes de medios digitales, la gestión de marcas y de reputación en entornos digitales, y el diseño de campañas. Nuestros graduados tendrán las bases necesarias para hacer carrera en la consultoría en comunicación y redes, pudiendo ofrecer servicios para organizaciones privadas y públicas en la generación de estrategias para relaciones con sus audiencias clave y para la gestión de crisis en medios sociales.

Complementariamente, nuestro programa también contempla oportunidades para que los maestrantes aprendan a realizar planes de negocio para sus propios emprendimientos digitales.

Es por todo esto que nos sentimos orgullosos de ofrecer este programa y darle la bienvenida a una generación de comunicadores apasionados por la innovación.



UDLA RECIBE SELLO DE CALIDAD MUNDIAL

UDLA es la primera universidad ecuatoriana y la novena en Latinoamérica en recibir una acreditación institucional de los EE.UU.

WASC Senior College and University Commission es una de las seis acreditadoras regionales de los EE.UU., que acredita a universidades como Stanford, UCLA, USC, UC Berkeley, SDSU, entre otras.

Luego de un riguroso proceso de cinco años, **la UDLA fue acreditada por su compromiso con la calidad**, sus procesos de mejora continua, su integridad institucional y sus resultados de aprendizaje.

UDLA, UN COMPROMISO PERMANENTE CON LA CALIDAD

AMO ^{LO} QUE HAGO



Universidades
acreditadas por **WASC**



ORIENTACIÓN DEL PROGRAMA

La Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, ofrece el único programa de postgrado en Ecuador orientado a la formación de profesionales con competencias para liderar innovaciones comunicacionales en el entorno digital.

Nuestro programa ofrece bases teóricas y desarrollo de competencias profesionales avanzadas para el desempeño en:

- Medios digitales
- Mercadeo digital
- Gestión de comunidades en la web
- Gestión de medios sociales para empresas privadas
- Estrategias de comunicaciones de gobierno en entorno digital
- Emprendimientos en comunicación digital

ATRIBUTOS DEL PROGRAMA

- Abre oportunidades para hacer carrera en un mercado laboral de alta demanda y en el cual existen hoy pocos profesionales de alto nivel en Ecuador.
- El plan de estudios de la Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, es innovador y está a la vanguardia de los estudios en el campo en Latinoamérica.

El programa ofrece excelencia académica, dado que la mayoría de sus profesores poseen doctorados y tienen una destacada trayectoria internacional.



CAMPO OCUPACIONAL

Al finalizar este programa de postgrado, el egresado estará en capacidad de ejercer como:

- gestor de medios sociales para organizaciones privadas y públicas,
- consultor en estrategias digitales,
- editor de medios digitales,
- productor de contenidos multimedia y transmedia,
- facilitador de procesos de apropiación de herramientas digitales para comunidades,
- consultor en uso de comunicación digital y redes sociales en proyectos de infogobierno,
- director de campañas de comunicación digital y redes sociales,
- consultor en gestión digital de marcas y reputación,
- asesor en gestión de crisis en medios sociales,
- consultor en desarrollo de planes de negocios en comunicación digital,
- director de proyectos de comunicación digital.

udla





PERFIL DEL MAESTRANTE

PERFIL DE INGRESO

El ingreso a la Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales es para los profesionales con título de tercer o cuarto nivel en comunicación, periodismo, multimedia, mercadotecnia, publicidad, negocios, gerencia, politología y sociología, que busquen ampliar sus conocimientos y competencias en el ámbito de la comunicación a través de las redes sociales.

PERFIL DE EGRESO

- Los graduados de la Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, poseerán sólidas competencias en la conceptualización de proyectos, diseño de estrategias y gestión de campañas de comunicaciones digitales y redes sociales para todo tipo de organizaciones
- Los magísteres en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, podrán liderar equipos de trabajo multidisciplinarios para desarrollar proyectos de comunicación digital, dirigir y gestionar campañas basadas en el uso de redes sociales.
- Los egresados del programa tendrán las competencias necesarias para diseñar proyectos innovadores de emprendimiento en comunicación, que aprovechen las dinámicas de las redes sociales para el logro de objetivos estratégicos informativos, sociales, políticos y empresariales.

PENSUM

La malla curricular de la Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, está integrada por 17 asignaturas teórico-prácticas y 6 talleres de titulación, que se cursan a lo largo de 3 semestres.

El maestrante recibe las bases teóricas de la maestría en las asignaturas **Fundamentos de comunicación y cultura digital** y **Teoría de redes sociales**, que se dictan en el primer semestre.

En el último trimestre se dictan las asignaturas **Planificación de proyectos digitales** y **Diseño de campañas de comunicación en entornos digitales** en las cuales el maestrante tiene la oportunidad de aplicar todos los conocimientos obtenidos en la maestría en el desarrollo de proyectos propios.

Las restantes 13 asignaturas abordan distintos campos especializados de la comunicación digital y las redes sociales, combinando el aprendizaje de conocimientos teóricos y el desarrollo de competencias profesionales.

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA DIGITAL	INFOCIUDADANÍA, MEDIOS COMUNITARIOS Y MEDIOS HIPERLOCALES	TALLER DE ANALÍTICA WEB Y ANÁLISIS DE REDES SOCIALES
GESTIÓN DE COMUNIDADES WEB	MERCADEO DIGITAL	INFOGOBIERNO, eCONSULTA Y ePARTICIPACIÓN
FORMATOS DE CONTENIDOS Y REDACCIÓN PARA PLATAFORMAS DIGITALES	TALLER DE TITULACIÓN III	EMPRENDIMIENTO Y MATRIZ PRODUCTIVA
TALLER DE TITULACIÓN I	PLAN DE MEDIOS DIGITALES	TALLER DE TITULACIÓN V
TEORÍA DE REDES SOCIALES	GESTIÓN DE MARCAS Y REPUTACIÓN	PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS DIGITALES
NARRATIVAS Y TRANSMEDIA	GESTIÓN DE CRISIS EN MEDIOS SOCIALES	TALLER DE MULTIMEDIA E INTERACTIVIDAD
COMUNICACIÓN MÓVIL	TALLER DE TITULACIÓN IV	DISEÑO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES
TALLER DE TITULACIÓN II		TALLER DE TITULACIÓN VI



MODALIDAD

- La Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, se dictará en modalidad presencial.
- El modelo de enseñanza-aprendizaje de la maestría pone énfasis en el trabajo colaborativo entre los estudiantes y la docencia fundamentada en la aplicación de la teoría a la resolución de problemas el campo profesional.
- Todos los cursos cuentan con un aula virtual para apoyar continuamente los procesos de aprendizaje.
- El horario regular de clases es jueves y viernes de 18:30 a 21:30 y sábados de 9:00 a 14:00. (Pueden programarse cursos intensivos con docentes internacionales en horarios especiales).



OPCIONES DE TITULACIÓN

Con el propósito de proporcionar al maestrante las mayores oportunidades para culminar exitosamente sus estudios con la obtención del título de magíster, la malla curricular incorpora 6 talleres de titulación que se van dictando a lo largo de los 3 semestres del programa. Desde el primer trimestre, los maestrantes reciben talleres de redacción académica, métodos de investigación aplicados a comunicación (encuestas, etnografía digital y casos comparados), revisión de literatura académica y elaboración de marco teórico, casos de estudio y diseño de proyectos de investigación.

Las opciones de trabajo de titulación para obtener el título de magíster en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, son:

- Proyecto de investigación en una de las líneas de investigación propuestas para la maestría: Comunicación, sociedad de la información y globalización; Comunicación, web social y redes digitales; Comunicación, medios y entornos digitales; Comunicación, sociedad y cultura; Comunicación, ciudadanía y democracia.
- Examen complejo (Defensa oral e informe de resolución del caso).

CUERPO ACADÉMICO DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA

María José CALDERÓN

Doctora en Estudios Políticos, especializada en temas de Comunicación Política. Tiene una licenciatura en Historia comparada y una maestría en Comunicación Intercultural por la Universidad de Maryland. Posee más de 10 años de experiencia tanto en docencia e investigación en temas relacionados al impacto del Internet en la sociedad. Ha trabajado en proyectos de comunicación y tecnología tanto con la empresa privada como en el sector público. Sus temas de investigación tienen que ver el gobierno abierto, la participación ciudadana y la seguridad en la Información.

Mathew Hinson CHARLES

Candidato a Doctor por Bournemouth University. Periodista, premiado productor de documentales y desarrollador de proyectos multimedia en periodismo. Como corresponsal para la BBC, durante 10 años cubrió historias a nivel internacional. Ha dedicado su carrera a trabajar en América Latina, cubriendo gran parte de enfrentamiento de las maras en Centro América y el conflicto interno en Colombia, para importantes cadenas como CNN y AFP. Dedicó parte de su tiempo a ser profesor en Bournemouth University en Inglaterra y la Universidad de La Sabana, en Bogotá, Colombia. Sus intereses investigativos incluyen el periodismo alternativo, las narrativas multimedia y el reportaje sobre la violencia.

Diana CORYAT

Candidata a PhD en la Universidad de Massachusetts Amherst. Recibió el Bachelor de Artes en Cine en New York University y la Maestría en Comunicación Social en la University of Massachusetts Amherst. Docente e investigadora, especializada en teorías de la comunicación, medios ciudadanos y cine. Es Coordinadora de Investigación y docente en la Carrera de Cine en la Facultad de Comunicación (UDLA). Ha trabajado en la capacitación audiovisual de los y las jóvenes, las mujeres y colectivos de medios en Colombia, Cuba, Ecuador, los Estados Unidos y Venezuela. Recibió una beca Fullbright y trabajó en la Universidad del Valle en la Escuela de Comunicación en Cali, Colombia. Tiene varios artículos publicados en revistas indexadas, y capítulos en libros internacionales. Además de su trayectoria académica, tiene dos décadas desarrollando experiencias pedagógicas en cine comunitario. Es fundadora de Global Action Project, una fundación sin fines de lucro en la ciudad de Nueva York que capacita a los jóvenes marginados para usar el cine comunitario como herramienta de auto-reflexión, trabajo colectivo y acción social.

Francisco DELGADO

Máster en comunicación con mención en opinión pública por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Sede Ecuador. Máster en comunicación estratégica en la sociedad del riesgo por la Universitat Rovira i Virgili, en Cataluña-España. Director de comunicación estratégica del Centro de Investigaciones y Estudios Especializados (CIEES). Es especialista en consultoría política y en investigación cualitativa para la implementación de políticas públicas con experiencia en Ecuador, México y España.

Pablo ESCANDÓN MONTENEGRO

Candidato a Doctor en Comunicación e Información Contemporánea por la Universidad de Santiago de Compostela. Máster en Periodismo Digital (Universidad Autónoma de Madrid) y Máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento (Universitat Oberta de Catalunya), Licenciado en Comunicación y Literatura. Investigador de cultura y patrimonio digitales, cibercultura y narrativas digitales.

Carmen Beatriz FERNÁNDEZ

Master of Arts en Political Science, con énfasis en Political Campaigning (University of Florida, 1996), Maestría en Administración, mención Finanzas (IESA. Caracas 1991), Urbanista (Universidad Simón Bolívar, 1988). Actualmente es Visiting Researcher del Center for Internet Studies and Digital Life, adscrito a la Universidad de Navarra, Pamplona, España, investigando sobre temas de política digital y comunicación política. Igualmente ejerce la docencia en esa universidad en la cátedra de “Comparative Political Systems” en la Facultad de Comunicación y en “Political Communication” en la facultad de Ciencias Económicas. Desde 2003 enseña “Marketing Político” y “Mercadeo Social y gerencia de la Imagen” en el IESA (Venezuela y Panamá). Ha publicado los libros “Marketing Político: Herramientas para ganar elecciones” (Caracas, 2003), “Ciberpolítica: Cómo usamos la tecnología en la política latinoamericana” (Buenos Aires, 2008), “Secretos de Marketing Político” (El Nacional, Caracas 2010) y en coautoría “Campañas Exitosas 2.0” con Jorge del Oro, (Guatemala 2012) y Manual de Identidad Urbana de la OCPLA (Buenos Aires 2009). Por sus trabajos ha recibido reconocimientos como el Victory Awards 2014 premios “Estrategia de social media política del año” y “Excelencia en la enseñanza académica”, el Aristotle Excellence Award (International Dream team for 2010) y EIKON Regional 2013 mención “Comunicación en la Función Pública”..

CUERPO ACADÉMICO DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA

Sergio GUERRA

Master en Administración Pública y Desarrollo Internacional en la Kennedy School of Government de la Universidad de Harvard. Economista, con más de siete años de experiencia profesional trabajando para el sector público, privado y banca multilateral. Sus destrezas profesionales se concentran en las áreas de macroeconomía, planificación, evaluación de proyectos y métodos cuantitativos. En 2012 recibió el premio HKS Campaign Stipend Award del Institute of Politics (IOP) para asesorar a la Alcaldía del Municipio Sucre en Caracas, Venezuela en materia de recaudación fiscal. Asimismo, el mismo año obtuvo el primer premio en la Segunda Edición de la Competencia de Casos Energéticos Megan O'Sullivan en donde participaron las principales universidades ubicadas en la ciudad de Boston. Actualmente es profesor de Econometría en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y asesor en materia de inversión pública.

Andrés JARAMILLO

Magíster en Periodismo por la Universidad de las Américas (UDLA). Editor de la sección Política del Diario El Comercio. Obtuvo un diplomado en Periodismo para la cobertura de Crimen Organizado, por la Universidad Autónoma de México y una especialización en Periodismo y Responsabilidad Social, por FLACSO-Ecuador. Fue docente de Periodismo Digital en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Santo Domingo. Es docente de la maestría en Periodismo de la UDLA. Es coautor del libro Ética y deontología periodística, algunas claves para entender el contexto ecuatoriano. Formó parte del equipo ecuatoriano de la investigación periodística Panama Papers.

Patricia HENRÍQUEZ CORONEL

Doctora en Innovación Educativa, Máster en Informática Educativa y Licenciada en Informática. Docente titular e Investigadora de la Universidad de Los Andes de Venezuela, en programas de pregrado y postgrado en las áreas de Comunicación Digital y tecnologías digitales. Profesora de postgrado invitada en la UNED de España y en la UNET y UPEL de Venezuela. Ha publicado 2 libros y 3 capítulos de libros, 20 artículos en revistas nacionales e internacionales y 27 ponencias en eventos científicos. 4 Premios a la excelencia académica: Antonio José de Sucre, Beca Erasmus Mundus, Mención SUMMA CUM LAUDE, CONABA y Mariano Picón Salas. Premios por Investigación: PEI del Ministerio de Ciencia y Tecnología de Venezuela, ADG del Consejo de Desarrollo Científico de la ULA. Directora del Grupo de Investigación en Informática Aplicada. Editora asociada de la Revista Internacional de Tecnología, Conocimiento y Sociedad, Miembro del Comité científico Revista Disertaciones (ULA-UCM), Consejo Editorial de la Revista Acción Pedagógica.

Octavio ISLAS

Doctor en Ciencias Sociales. Licenciado en sociología, cuenta con dos maestrías: comunicación y desarrollo y administración de tecnologías de información. Catedrático fundador del Proyecto Internet en el Tecnológico de Monterrey (México), hasta 2013, donde dirigió el desarrollo de los sitios web de la Presidencia de la República, Pemex, Cámara de Diputados, Cámara de Senadores. Actualmente se desempeña como director del Centro de Altos Estudios en Internet y Sociedad de la Información, en la Universidad de los Hemisferios, Quito, Ecuador. Autor y coordinador de 14 libros, más de 75 textos científicos en reconocidas revistas y journals arbitrados, más de 600 columnas en diversos diarios.

Roberto MOREANO

Magíster en Periodismo Multimedia en la Universidad Internacional de Florida. Trabajó como online producer, copy-editor y redactor del Miami Herald y MiamiDiario.com. Ha trabajado en la planificación, coordinación y producción de contenidos periodísticos adaptados a las narrativas convergentes del ecosistema digital. Actualmente ejerce como docente de UDLA y es uno de los miembros fundadores de Arroba, un startup dedicado al asesoramiento en comunicación digital para empresas.

CUERPO ACADÉMICO DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA

Javier ODRIOZOLA

Doctor en Periodismo por la Universidad del País Vasco (Bilbao, España). Profesor/ investigador de la Facultad Comunicación en la Universidad de los Hemisferios (Quito, Ecuador). Editor de ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación. Profesor y director de tesis de la Maestría de Periodismo de la Universidad de Las Américas (Quito, Ecuador). Investigador principal en proyecto “Estudio sobre las Rutinas Periodísticas” (subgrupo Ecuador). Investigador en el proyecto “Modelo de Calidad de Contenidos Digitales”. Miembro del Observatorio de Medios del Centro de Altos Estudios en Internet y Sociedad de la Información de la Facultad de Comunicación de la UDLH. Especializado en el estudio del ciberperiodismo.

Allen PANCHANA

Master en Comunicación Política y Corporativa de la Universidad de Navarra y The George Washington University. Profesor titular en la Universidad Católica de Guayaquil, docente invitado en ESPOL y en la maestría en Periodismo la UDLA-Quito. Director de Proyectos Periodísticos de Ecuavisa. Lidera Visión 360. Ha trabajado en los principales diarios de Ecuador y para medios internacionales, como la agencia de noticias Associated Press (AP) y la cadena CNN.

Iria PUYOSA

PhD de la Universidad de Michigan (2009). Formación de postgrado en investigación basada en encuestas (University of Michigan, 2005) y comunicación estratégica (Universidad Católica Andrés Bello, 1998). Actualmente es la Directora de la Maestría en Periodismo y de la Maestría en Comunicación, mención Redes Sociales de la UDLA. Investigadora y consultora en comunicación política, formación de opinión pública, estrategias de comunicación en la web y políticas públicas sobre Internet. Desarrolla investigaciones sobre movimientos sociales en red, comunidades en la web, políticas gubernamentales sobre internet y discurso público. Experimentada investigadora, con competencias en métodos cuantitativos y cualitativos, que incluyen análisis estadístico, análisis de redes sociales, analítica web y análisis de discurso. Docencia de postgrado en Comunicación Política & Web, Investigación de Opinión Pública en Entorno Digital, y Medios & Poder, en prestigiosas universidades de Venezuela, Colombia y Ecuador.

Luis Miguel ROMERO

Doctor en Comunicación por las Universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz (España) y Premio Extraordinario de Doctorado (curso 2014-2015). Máster en Comunicación Social, itinerario Investigación por la Universidad de Almería (España). Especialista en Derecho y Políticas Internacionales por la Universidad Central de Venezuela. Licenciado en Comunicación Social, mención Comunicaciones Corporativas y Abogado por la Universidad Santa María (Venezuela). Es investigador y profesor de la Universidad Internacional de Andalucía y la Universidad de Cádiz (España). Miembro fundador y vicepresidente de la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía (ALFAMED) e Investigador Asociado del Grupo Ágora (PAI-HUM-648) de la Universidad de Huelva. Consultor en materia de Gestión de Crisis de instituciones públicas, organizaciones privadas y personalidades.

Matías SANTANA

Ph.D. en Organization and Management, Capella University, Minneapolis, (2013). Master in Business Administration (MBA) Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA), Caracas, 1998. Ingeniero Civil, Universidad Metropolitana, Caracas, (1989). Actualmente es Director del MBA y de la Escuela de Negocios de la UDLA. Cuenta con más de 15 años de experiencia en instituciones de educación superior. Ha sido Profesor Principal en la Universidad San Francisco de Quito y fue Director de la Maestría en Banca y Finanzas de la Universidad San Francisco de Quito. Además, ha sido consultor y director de varios proyectos de investigación en empresas de manufactura y servicios del Ecuador, y es autor de varias publicaciones internacionales.

CUERPO ACADÉMICO DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA

César ULLOA

Doctor en Ciencias Sociales por FLACSO-Ecuador. Politólogo y comunicador. Docente de postgrado y pregrado en varias universidades del país en metodología de la investigación, opinión pública, sistemas políticos y comunicación. Ha publicado libros y artículos científicos en revistas indexadas internacionales y nacionales en clave comparada, siendo los casos de estudio los países de Latinoamérica. Editoralista de varios medios en Ecuador.

Raisa URRIBARRI

Doctora en Ciencias Humanas (ULA, Venezuela); Magíster en Ciencias de la Comunicación, mención Tecnologías de la Información y la Comunicación (LUZ, Venezuela); Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo (LUZ, Venezuela). Profesora emérita con amplia trayectoria de investigación en el campo donde se entrecruzan Comunicación, Educación y TIC. Fue fundadora del Laboratorio de Comunicaciones para la Investigación, el Postgrado y la Extensión de la ULA en el núcleo de Trujillo y creó el taller “Abrir las (J) Aulas”, un espacio pedagógico alternativo dirigido a la formación de jóvenes, maestros y líderes comunitarios con y para el uso de las TIC, especialmente de la Internet. Actualmente investiga sobre los cambios del oficio periodístico en el entorno digital, especialmente lo relativo a la participación de las audiencias y la construcción de ciudadanía. Es consultora en temas relacionados con la libertad de expresión en el entorno digital. Perteneció al Sistema de Promoción al Investigador y a la red de evaluadores de proyectos del Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. Es miembro del Colegio Nacional de Periodistas y de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación.

Israel VÁSQUEZ MÁRQUEZ

Doctor Europeo en Ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid (Premio Extraordinario de Doctorado, curso 2012-2013) y Máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento por la Universitat Oberta de Catalunya. Ha sido investigador visitante en la School of Literature, Media, and Communication del Georgia Institute of Technology (Atlanta) y en la IT University of Copenhagen (Dinamarca). Ha publicado diversos artículos sobre cultura digital y nuevos medios en revistas académicas y volúmenes colectivos y ha participado en varios congresos nacionales e internacionales. Es autor del libro “Una genealogía de la pantalla: del cine al teléfono móvil” (Anagrama, 2015). En la actualidad es investigador postdoctoral Juan de la Cierva en la Universitat Oberta de Catalunya.

Susan VELASCO

Candidata a Doctora en Ciencias Sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO Ecuador). Máster en Ciencias Sociales y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA, Bolivia). Tiene un Diplomado en Periodismo de Investigación con mención en economía. Es docente del DIRCOM en la Universidad de las Américas (UDLA) y colabora con el diario La Razón, de Bolivia. Fue editora de economía y periodista de política y sociedad del diario La Prensa, Bolivia. Fue becaria del Knight Center of Journalism in the Americas de la Universidad de Texas en Austin. Se desempeñó como investigadora de la FLACSO por varios años. Forma parte de varias organizaciones científicas latinoamericanas. Es autora de varias publicaciones, monografías, artículos indexados y textos formativos.

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA DIGITAL

Esta asignatura aborda la transición a la Sociedad de la Información y el conocimiento, a través de miradas distintas: la de los ciudadanos, que tienen acceso un gran universo de información gratuita; la de los medios, para quienes la producción de contenidos está más condicionada por las preferencias de las audiencias; y la de las marcas, que hallan canales nuevos, participativos y relevantes.

GESTIÓN DE COMUNIDADES WEB

Esta asignatura profundiza en las dinámicas de interacción social de las comunidades en-línea. Aborda nociones como la identidad web, las comunidades de práctica y de activismo, los enclaves deliberativos, las conversaciones en red y los contenidos generados por los fans. Explica los procesos que conducen a la participación de las audiencias y al desarrollo de fidelidad a la comunidad. Analiza los distintos roles de miembros influyentes de la comunidad de acuerdo a su centralidad, su status o su capacidad para generar flujos de información.

FORMATOS DE CONTENIDOS Y REDACCIÓN PARA PLATAFORMAS DIGITALES

Esta asignatura aborda las técnicas de producción de contenidos digitales. Explica las normas de redacción para la web, bajo estructura del diamante informativo: alertas, nota rápida, artículo de pirámide invertida, hipertextos para contextualización, incorporación de formatos multimedia, espacios de interacción, y análisis de datos.

TEORÍA DE REDES SOCIALES

Esta asignatura proporciona bases teórico-conceptuales para iniciarse en el estudio de las redes de comunicación en el contexto de la sociedad de la información. Se estudian los conceptos básicos como: redes, nodos, relaciones, vínculos, centralidad de grado, centralidad de intermediación. Se revisan principales modelos teóricos de redes aplicables a la comunicación en la web: redes de escala libre y redes de mundo pequeño. Finalmente, se exploran los modelos de difusión de información en redes.

NARRATIVAS Y TRANSMEDIA

Esta asignatura aborda los conceptos y técnicas de las narrativas digitales y los fenómenos transmediáticos. Se estudian las estructuras y los recursos narrativos que se utilizan para construir contenidos (informativos, educativos o de entretenimiento) que capturen la atención de audiencias a través de diversos formatos (video, web social, juegos, etc) que pueden ser distribuidos a través de diferentes plataformas digitales (internet, aplicaciones para dispositivos móviles, consolas de juego, televisión, cine, etc.).

COMUNICACIÓN MÓVIL

Esta asignatura explora las dinámicas de la producción, distribución y consumos de contenidos vía dispositivos móviles. Estudia los conceptos clave de la ubicuidad de la información, así como los modelos de negocio de las plataformas de contenido móvil y sus tiendas de aplicaciones. Facilita el desarrollo de práctica de coberturas móviles de eventos en vivo.

INFOCIUDADANÍA, MEDIOS COMUNITARIOS Y MEDIOS HIPERLOCALES

Esta asignatura aborda la noción de infociudadanía y sus implicaciones en la transformación de las prácticas periodísticas. Se estudian conceptos fundamentales para comprender las funciones de los medios comunitarios y de los medios hiperlocales. Se exploran las dinámicas de redes locales en la acción comunicativa de los infociudadanos y de los medios comunitarios en la web.

MERCADEO DIGITAL

Esta asignatura aborda las nociones de básicas del marketing aplicadas al entorno digital. Incluye principios básicos de la dirección de una Unidad de Mercadeo, plan de marketing estratégico, mix de marketing, evaluación de resultados del plan de marketing. Pone énfasis en el manejo de marcas en un entorno relacional y emocional. Comprende la incorporación a los planes de mercadeo de estrategias relacionales para la web social y los dispositivos móviles.

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

PLAN DE MEDIOS DIGITALES

Esta asignatura se centra en la planificación de la inversión en campañas en la web social, banners, ad-sense, dispositivos móviles, BTL y guerrilla marketing. Se estudian indicadores clave de desempeño como clicks, alcance, tiempo en landing page, conversión, etc. Se analizan las interacciones orgánicas e inducidas (patrocinadas) de los usuarios con los contenidos publicados de diversas plataformas digitales y redes sociales. También se estudian técnicas para posicionamiento en buscadores.

GESTIÓN DE MARCAS Y REPUTACIÓN

Esta asignatura ofrece conceptos aplicados sobre Social CRM y estrategias de marcas en la web social. Pone énfasis en la construcción de relaciones relevantes con usuarios influyentes, prosumidores y otras audiencias clave. Estudia conceptos y herramientas útiles para la gestión de marcas (incluyendo organizaciones, marca país, marca ciudad y marca personal) en plataformas digitales y web social.

GESTIÓN DE CRISIS EN MEDIOS SOCIALES

Esta asignatura estudia las dinámicas de las crisis comunicacionales en entorno digitales. Analiza las opciones de respuesta en situaciones de crisis, según las características del caso, las normas de la organización y sus relaciones con audiencias clave. Explora estrategias de spinning, mensajes clave y vocería. Revisa los parámetros fundamentales para elaborar manuales de comportamiento en redes para gestión de crisis.

TALLER DE ANALÍTICA WEB Y ANÁLISIS DE REDES SOCIALES

Este taller familiariza al maestrante con el uso de herramientas y rutinas de monitoreo de la web social. Explica las variables más importantes para la medición de impacto en entornos digitales y redes sociales. Ofrece ejercicios prácticos con herramientas de analítica web. Explora técnicas de análisis de redes sociales para estudios más avanzados de dinámicas y procesos comunicativos en la web.

INFOGOBIERNO, eCONSULTA Y ePARTICIPACIÓN

Esta asignatura estudia temas vinculados al gobierno electrónico y al gobierno abierto desde una perspectiva centrada en los procesos de comunicación con el ciudadano. Estudia los conceptos básicos de infogobierno, transparencia y rendición de cuentas a través de internet. Estudia los mecanismos de eConsulta y eParticipación que usan entornos digitales para incorporar a los ciudadanos a la toma de decisiones sobre asuntos de interés público.

EMPREDIMIENTO Y MATRIZ PRODUCTIVA

Esta asignatura está centrada en promover en emprendimiento y la innovación. Estudia las técnicas de análisis de nuevos proyectos y desarrollo de planes de negocios.

PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS DIGITALES

El curso se enfoca en desarrollo de proyectos para la creación de medios y servicios de información o entretenimiento en la web. Incluye el estudio de modelos de negocios, análisis de competencia, definición de perfil de audiencias. Explora opciones de plataformas y de diseño de interfaz. Examina lineamientos para la definir las políticas de contenidos y formatos.

TALLER DE MULTIMEDIA E INTERACTIVIDAD

Este taller es un espacio para explorar y aprender a usar software, aplicaciones y servicios para la generación de contenidos multimedia y/o contenidos interactivos.

DISEÑO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

Esta asignatura permite aplicar todos los conocimientos acumulados en las asignaturas anteriores para diseñar una campaña de comunicación para entornos digitales.

ADMISIÓN AL PROGRAMA DE MAESTRÍA

Para postularse para admisión en la Maestría en Comunicación, mención en Dirección de Redes Sociales, el aspirante debe presentar:

- Título profesional de tercer o cuarto nivel nivel registrado en la SENESCYT acorde al perfil de ingreso del estudiante.
- Experiencia laboral de mínimo dos años después de haber terminado los estudios de grado.
- Copia de la cédula o documento de identidad.
- Hoja de vida.
- Formulario de aplicación del postulante.
- 3 cartas de recomendación.
- Copia de registro académico.
- Elaboración de un ensayo descriptivo de acuerdo a la temática y políticas de la Dirección de la Maestría.
- Suficiencia del idioma extranjero será validado a través de la aprobación de los cursos de idioma en pregrado o certificaciones adicionales, resultados de test estandarizados o estudios en el exterior para los cuales haya sido imprescindible del idioma extranjero.
- Entrevista con el director del programa.

El cumplimiento de todos estos requisitos es imprescindible para poder tener acceso a la presentación del examen de admisión.

Los aspirantes que aprueben el examen de admisión tendrán una entrevista con la directora del programa. Luego de la entrevista se tomará la decisión de aprobar o rechazar la solicitud de admisión. En caso de admisión, el aspirante será notificado para que inicie el proceso de matriculación.





FINANCIAMIENTO

- Tarjetas de crédito: 18 meses sin intereses.
- Crédito educativo mediante el Banco del Pacífico.

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

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE REDES SOCIALES
MASTER IN COMMUNICATION
WITH EMPHASIS IN SOCIAL MEDIA

Programa pendiente de aprobación WSCUC

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



WSCUC
Senior College and
University Commission

Única universidad en Ecuador con acreditación institucional en Estados Unidos