

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

MASTER IN CORPORATE & INSTITUTIONAL
COMMUNICATION

POSGRADOS | 

BIENVENIDOS

Un contexto globalizado, dinámico y en constante transformación, exige la preparación de profesionales competentes, emprendedores y capaces de comprender los retos y desafíos que el mundo actual plantea. En ese sentido, la Universidad de Las Américas (UDLA), a través de sus programas de posgrados, ofrece una sólida y amplia oferta académica que, sin lugar a dudas, contribuye a la formación de personas con sentido crítico y alto compromiso, con el desarrollo económico y social del país.

Todos los programas combinan el aspecto teórico con la práctica profesional para que nuestros maestrantes, al tiempo de adquirir un sobresaliente perfil técnico, potencien sus habilidades directivas, con el objetivo de crear valor tanto en las organizaciones donde se desempeñan, como en el medio donde operan.

Es así que los programas que ofrece la Facultad de Posgrados de la UDLA, incluyen espacios de reflexión, investigación, diálogo e intercambio de ideas para que los maestrantes, a través de la creatividad, innovación y excelencia, se destaquen dentro del ámbito profesional.

Una formación holística e integral, junto a la promoción de los principios éticos y morales, hacen de nuestros graduados pilares para la construcción de una sociedad más próspera y sostenible.

La Facultad de Posgrados de la UDLA te da la bienvenida.



Giuseppe Marzano, PhD
Decano de Posgrados

¿Cómo la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional enriquece tu perfil profesional?

Un DirCom investiga, planifica, conecta, diseña estrategias, crea vínculos, consolida procesos. Es un profesional que no se conforma con viejas prácticas comunicativas; al contrario, constituye el **guardián corporativo** en la medida que enfrenta situaciones de crisis, examina su entorno, identifica necesidades, custodia la imagen y reputación, y dialoga con diversos *stakeholders*. No se trata únicamente de un cargo, comprende un ejercicio de análisis e innovación que contribuye al crecimiento de cualquier empresa u organización.

Es en este contexto, que la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (**DirCom**), precisa los conceptos y metodologías para que los posgradistas gestionen, adecuadamente, **la imagen, identidad y reputación** en cualquier tipo de organización. La propuesta académica del programa enfatiza en el análisis, la planificación y la estrategia. Incluye material académico de vanguardia, profesores internacionales de alto prestigio, charlas y talleres con directivos y expertos, la resolución de casos prácticos y un enfoque que alienta al desarrollo de habilidades gerenciales.



¿Qué esperar del programa?

Toda organización, ya sea grande o pequeña, pública, privada u ONG, tiene que conectar con sus públicos, sobre todo, si lo que pretende es alcanzar los objetivos trazados. Esta condición de relacionamiento exige una gestión profesional en comunicación. Esta visión, sin embargo, no se limita a la redacción de un plan de acción, comprende un análisis estratégico, en el cual, el entorno, así como los problemas, expectativas y necesidades, son traducidos en soluciones que aportan al crecimiento institucional o corporativo.

Consciente de esta realidad, la maestría ha diseñado una malla académica que, soportada en una planta docente conformada por reconocidos catedráticos internacionales de amplia trayectoria académica y profesional, profundiza en la implementación de políticas, acciones, modelos, planes y procesos de comunicación.

En palabras de Joan Costa, Director Internacional del Máster Dircom, las competencias impartidas permiten superar el perfil técnico y táctico, por el ámbito estratégico, es decir, el programa prepara profesionales que cumplan con los requerimientos del mercado laboral, en aspectos relacionados con la planificación estratégica, reputación corporativa y demás áreas sensibles de la comunicación actual.

Ventajas del programa

- El 66% de las asignaturas del programa son impartidas por docentes internacionales.
- Maestría internacional avalada por el Joan Costa Institute.
- Clases presenciales virtuales impartidas en horarios que no interfieren con la actividad profesional de los posgradistas.
- Modalidad que favorece el *networking* entre posgradistas y docentes.

Dirigido a:

Preferentemente profesionales con título de tercer nivel registrado en el SNIESE, en áreas de administración, periodismo o comunicación. También a diseñadores, diseñadores web y de aplicaciones multimedia, profesionales cinematográficos y en multimedia, productores audiovisuales, psicólogos, profesionales del derecho, técnicos audiovisuales, productores para medios de comunicación.

Requisitos de ingreso

- Título profesional de tercer o cuarto nivel registrado en el SNIESE.
- No es necesario contar con experiencia profesional específica en el área de comunicación, ni dirección, pero sí poseer preferentemente al menos 2 años de experiencia laboral.
- Copia de la cédula de identidad.
- Hoja de vida.
- Formulario de aplicación del postulante.
- Tres cartas de recomendación.
- Copia del registro académico.
- Elaboración de un ensayo descriptivo de acuerdo a las políticas de la dirección de la maestría.
- Entrevista con el director del programa.
- Aprobar las pruebas de admisión.
- Nivel A1 de inglés según el Marco Común Europeo.



Modalidad

Semipresencial.

Duración del programa

3 semestres.

Horarios del programa

Clases en línea, con apoyo virtual permanente.

Clases presenciales: viernes, sábado y domingo de 8h00 a 18h00 (cada 3 meses).

*La Maestría no interrumpe la jornada laboral de los posgradistas.

* Módulos presenciales en Quito cada 3 meses.

* Los horarios de las clases en línea están sujetos a cambios en función de la programación académica.

Metodología

Los profesores de la maestría acompañan a los participantes durante un trayecto lleno de retos y vivencias en las que todos son protagonistas de un proceso que mejora competencias, amplía perspectivas e impulsa iniciativas.

Para ello, el modelo de aprendizaje está orientado hacia el estudio de casos y el trabajo en equipo, ejes que facilitan la comprensión y discusión sobre temas de coyuntura que se analizan en clase.

El programa se apoya en un sistema de aula virtual que facilita la interacción entre docentes y estudiantes, a través de varios recursos tecnológicos lo que fortalece y facilita un aprendizaje integral.

Campo ocupacional

Los graduados de la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional están en la capacidad de:

- Planificar estrategias de comunicación con base en los objetivos del negocio.
- Asesorar a todas las direcciones y dependencias de una organización, en materia de estrategia y gestión.
- Conceptualizar la identidad, imagen y reputación corporativa.
- Diseñar e implementar políticas, acciones, modelos, planes y procesos de comunicación.
- Reforzar, a través de la vocería, el liderazgo de la alta gerencia y las relaciones institucionales.
- Defender conductas éticas en la protección de los activos intangibles de la empresa.
- La sólida formación impartida a lo largo del programa, permite que, posterior a su culminación, los estudiantes analicen, conceptualicen e implementen estrategias orientadas al crecimiento y desarrollo de las organizaciones.



Descripción de materias

1 semestre

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

¿Cuál es el rol estratega en el nuevo escenario global? Esta asignatura revisa las responsabilidades del Director de Comunicación (DirCom) y su posición en el organigrama: liderazgo institucional y corporativo.

Management y habilidades directivas

Los posgradistas analizan las características esenciales de la organización. Complementariamente, desarrollan todos aquellos conceptos y competencias que precisa un líder: cultura de comunicación, dirección por objetivos, gestión, negociación, resolución de conflictos y persuasión

Comunicación institucional y liderazgo

Esta asignatura aborda cómo el DirCom contribuye a la promoción de las relaciones institucionales: vocería, periodismo corporativo, relaciones internas y externas.

Estrategia, táctica y acción

Los posgradistas profundizan en el vínculo entre los objetivos de negocio y la estrategia de comunicación: acciones integradas, variables del contexto y propuesta de valor.

Investigación estratégica y auditoría de la imagen global

¿Qué papel desempeñan los públicos internos y externos en las estrategias? Esta asignatura enfatiza en distintos modelos y métodos específicos de investigación aplicados a las necesidades de comunicación.

Nuevas tecnologías de la información

¿Cuáles son los escenarios tecnológicos que enmarcan la comunicación corporativa? Esta asignatura estudia los diferentes sistemas de gestión de contenidos y las nuevas posibilidades de la red.

2 semestre

Cultura organizacional y comunicación interna

Los posgradistas analizan conceptos de cultura organizacional, indagan procesos, herramientas y tendencias de comunicación interna, y examinan aspectos de resistencia al cambio.

Identidad, marca e imagen corporativa

Esta asignatura abarca tres componentes. Por un lado, los posgradistas revisan criterios de identidad aplicados en productos, servicios y empresas. Por el otro, abordan la imagen y su vínculo con la estrategia. Finalmente, examinan metodologías de construcción de marca, valorización y gestión.

3

semestre

Relaciones con los medios y líderes de opinión

¿Cuáles son las funciones del jefe de prensa? En esta asignatura, los posgradistas repasan los formatos, soportes y canales adecuados para compartir información con líderes de opinión y medios de comunicación, creación de vínculos y relaciones públicas.

Reputación corporativa

La reputación genera valor. Esta asignatura indaga en las metodologías y estrategias que permiten custodiar los activos intangibles de la organización.

Comunicación de marketing de producto/servicio e internet

Esta asignatura provee renovados conceptos de comunicación efectiva, publicidad, promoción y marketing, Internet y nuevas tecnologías de comunicación.

Comunicación financiera

Los posgradistas exploran los nuevos paradigmas de comunicación financiera: conceptos clave y aporte al desarrollo sostenible.

La comunicación en gestión de crisis

Esta asignatura precisa las metodologías, técnicas y herramientas para prevenir y solventar situaciones de crisis: análisis CIV, proacción y reacción estratégica, el plan de comunicación de crisis, poscrisis y oportunidad de cambio.

Ética, gobierno corporativo y compromiso social

Los posgradistas estudian las ventajas y recompensas que genera una competitividad responsable. La revolución de la transparencia y el gobierno corporativo con responsabilidad social.

El plan estratégico de comunicación

¿Cómo se elabora un plan estratégico de comunicación? Esta asignatura repasa su estructura: principios organizadores, variables y constantes, objetivos, presupuesto, estrategias, tácticas y acciones.

Talleres de la Unidad de Titulación

A lo largo de estos talleres, los posgradistas adquieren las competencias necesarias para desarrollar el trabajo final de titulación.

Taller: realización individual de un plan estratégico de comunicación. Trabajo final.

Los posgradistas desarrollan y resuelven un caso práctico de comunicación real, que será definido entre los estudiantes a partir de las premisas propuestas por el docente.

Cuerpo docente

Joan Costa Comunicólogo, sociólogo y consultor corporativo. Autor y director del Máster Internacional DirCom. Doctor honoris causa por España, Argentina y Perú.

Marcelo Manucci Doctor en Comunicación - Universidad del Salvador, Argentina.

Pablo Carrera Máster en Administración de Empresas - Tecnológico de Monterrey, México.

Guillermo Bosovsky Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación - Universidad Jaume I, España.

Marco López Doctor en Comunicación - Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación, Chile.

Juan Carlos Barreda Máster en Nuevas Tecnologías y Procesos de Innovación en Comunicación - Universidad Jaume I, España.

Jordi Morató Máster en Publicidad y Relaciones Públicas - Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), España.

Diego Apolo Máster en Comunicación Estratégica - Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.

Andrés Aljure Máster en Dirección de Comunicación Corporativa - EAE en Barcelona, España.

*Los docentes pueden estar sujetos a cambios.

*La lista detallada es solo una muestra de los docentes que han dictado clase en la maestría.

Financiamiento

La Universidad de Las Américas cree en el potencial que tienes para alcanzar tus sueños. Por ello, disponemos de distintas alternativas de financiamiento para realizar tus estudios de posgrado:

- Pago de contado: efectivo, depósito o transferencia bancaria.
- Diferido de colegiatura* hasta 48 meses sin intereses con tarjetas de crédito Visa y Mastercard de las siguientes instituciones: Pichincha, Diners Club y Discover, Pacífico, Produbanco, Bolivariano, Banco de Machala, Amazonas, Solidario, Mutualista del Azuay, Mutualista Imbabura, Cooprogreso, JEP.
- Créditos educativos con Banco Pichincha y Banco Bolivariano (consulta condiciones).

Selecciona la opción más conveniente para ti y descubre cómo esta inversión académica hará que tu futuro se muestre exitoso y con mayores oportunidades.

*Difiere también tu matrícula hasta 6 meses con intereses.



POSGRADOS | *udla*

Campus UDLAPARK: Redondel de El Ciclista, vía a Nayón.
Campus Granados: Av. Granados y Colimes, esq.
Campus Colón: Av. Colón y Av. 6 de Diciembre.
Campus Queri: José Queri y Av. Granados.
Teléf.: (02) 3981000 marca *2.
admission@udla.edu.ec

#1 en
Innovación

III
2020

SCIMAGO
INSTITUTIONS RANKINGS