

# MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

MASTER IN CORPORATE & INSTITUTIONAL  
COMMUNICATION

POSGRADOS | 

## BIENVENIDOS

**U**n 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?**

El máster DirCom es un programa innovador, impartido a nivel nacional e internacional, que responde a las exigencias y desafíos que plantea actualmente la gestión integral, estratégica y responsable de la comunicación empresarial e institucional, en una sociedad marcada por el ecosistema digital.

Un DirCom investiga, planifica, conecta, diseña estrategias y crea vínculos. No se trata de un cargo únicamente, comprende un ejercicio de análisis transversal que contribuye al crecimiento de cualquier organización.

Con la implementación de metodologías disruptivas, esta propuesta académica articula componentes teóricos clave con el ejercicio práctico constante, a través de la generación de productos comunicacionales de vanguardia, centrados en la gestión y posicionamientos de los valores intangibles de empresas e instituciones, como: identidad, imagen y reputación.

Los maestrantes se enfrentarán al análisis y resolución de casos prácticos, con un enfoque que fortalece el desarrollo de habilidades gerenciales y serán parte de charlas y talleres con directivos y expertos. Con el aporte y acompañamiento constante de profesores internacionales y nacionales, de amplia trayectoria y prestigio, se vincularán con las tendencias del ámbito de la comunicación organizacional, como pilar fundamental de la sostenibilidad empresarial y el cumplimiento de objetivos.

Conocerán, además, cómo prevenir y enfrentar de forma efectiva crisis, dentro y fuera de línea, y se convertirán en directores de comunicación capaces de ser parte y asesorar a diferentes tipos de organizaciones, acorde a los desafíos actuales.

Por su carácter, eminentemente profesional, esta maestría está cambiando la forma en que las organizaciones se comunican con sus stakeholders.

## ¿Qué esperar del programa?

Toda organización, sea grande o pequeña, pública, privada u ONG, debe garantizar su sostenibilidad y cumplir sus objetivos, a través de la relación constante y efectiva con sus diversos públicos de interés. Las empresas e instituciones tienen el desafío, cada vez mayor, de alcanzar notoriedad, posicionamiento y de liderar su ámbito de acción. Sin duda, la comunicación constituye un pilar fundamental y un eje transversal para cumplir estas metas y aportar al desarrollo organizacional.

La Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional ha diseñado una malla académica integral, ajustada a los retos y tendencias de las sociedades actuales, marcadas por las nuevas tecnologías. Las asignaturas profundizan en procesos de análisis, planificación, generación, implementación y medición de modelos, políticas, planes, estrategias y acciones que posibilitan la gestión estratégica de la comunicación, con base en el manejo de los intangibles de las organizaciones.

El programa cuenta con reconocidos docentes, internacionales y nacionales, con amplia trayectoria académica y profesional. Ofrece a sus maestrantes espacios para la integración y aplicación de conocimientos, a través de la generación de productos comunicacionales innovadores.

En palabras de Joan Costa, Director Internacional del Máster Dircom, las competencias impartidas en el programa permiten superar el perfil técnico y táctico, y centrarse en el ámbito estratégico. La maestría prepara a profesionales que se adapten y cumplan con los requerimientos del desafiante mercado laboral en aspectos relacionados con la planificación estratégica, la gestión de la cultura organizacional, la identidad, la imagen, la reputación y el manejo de las demás áreas sensibles de la comunicación actual.

## Ventajas del programa

- El 70% de las asignaturas de la maestría es impartido por docentes internacionales.
- Maestría internacional avalada por el Joan Costa Institute.
- Clases sincrónicas en línea (en tiempo real) en horarios que no interfieren con la actividad profesional de los posgradistas.
- Workshops presenciales para la integración de conocimientos y la generación de productos comunicacionales que consolidan el portafolio profesional del maestrante.
- Modalidad que favorece el networking entre posgradistas y docentes.

## Dirigido a:

Profesionales con títulos de tercer nivel de grado debidamente registrado por el órgano rector de la política pública de educación superior, en carreras afines u otras áreas, preferentemente con experiencia profesional, que demuestren interés y aptitud en el campo del conocimiento del programa.

El interés y la aptitud se evaluarán a través del proceso de admisión institucional.

## Requisitos de ingreso

- Título de tercer nivel de grado registrado en el Sistema Nacional de Información de Educación Superior del Ecuador (SNI ESE) en los campos establecidos en el perfil de ingreso.
- Cumplir con los requisitos de admisión institucional.
- En el caso de que el título de tercer nivel de grado sea obtenido en el exterior, el estudiante deberá presentar el mismo debidamente legalizado mediante vía consular.



## **Modalidad**

Semipresencial.

## **Duración del programa**

2 períodos

## **Horarios del programa**

Clases en línea sincrónicas (en tiempo real) y apoyo virtual permanente\*

\*Las clases sincrónicas no interrumpen la jornada laboral de los posgradistas.

Clases presenciales: viernes, sábado y domingo de 9h00 a 18h00\*

\*Cada 6 semanas (aproximadamente).

Los horarios pueden estar sujetos a cambios en función de la programación académica

## **Metodología**

La Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional permite que los maestrantes consoliden, integren y apliquen los conocimientos adquiridos en cada uno de los módulos de formación mediante la generación de productos comunicacionales, acordes a las tendencias actuales del desafiante ámbito comunicacional.

A través de workshops de aplicación, los estudiantes desarrollarán productos que serán parte de su portafolio profesional. Se trata de un modelo que se centra en "aprender haciendo", con el acompañamiento de docentes expertos, de amplia trayectoria.

Los profesores del programa acompañan a los participantes durante un trayecto lleno de retos y vivencias, en el que todos son protagonistas de un proceso que les permite mejorar competencias, ampliar perspectivas e impulsar iniciativas. Para ello, el modelo de aprendizaje está orientado hacia el estudio de casos reales y el trabajo en equipo, ejes que facilitan la comprensión y discusión de 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 que fortalecen y facilitan un proceso de aprendizaje integral.

## Campo ocupacional

El graduado de la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la UDLA es un estratega con formación holística que puede desempeñarse como:

- Dircom consultor: realiza un trabajo autónomo centrado en brindar asesoría especializada a empresas pequeñas y proyectos de diverso tipo.
- Dircom empresarial: trabaja en empresas grandes y medianas gestionando de manera efectiva su comunicación.
- Dircom institucional: se vincula laboralmente con instituciones públicas (ministerios, municipios, empresas) y ONGs.

El graduado de la Maestría en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la UDLA está en plena capacidad de:

- Diseñar e implementar estrategias y planes de comunicación que respondan a las necesidades del entorno nacional e internacional; así como, a las características de la empresa o institución.
- Facilitar la comunicación interna y vincular a las distintas áreas de la organización para establecer y fortalecer la cultura organizacional y el sentido de pertenencia.
- Relacionarse de manera directa y efectiva con todos los *stakeholders* de la organización a través de los canales adecuados.
- Gestionar y prevenir crisis comunicacionales (*online* y *offline*) e integrar a la comunicación en las esferas institucional y organizacional.
- Desarrollar estrategias efectivas para la gestión de los intangibles de la organización como: la reputación, la marca y la responsabilidad social.
- Evaluar los resultados de los planes y estrategias comunicacionales implementados en pro del cumplimiento.

El DirCom posee además las siguientes habilidades blandas:

- Liderazgo en la gestión de la comunicación, a través del diálogo e interacción constante con los diversos grupos de interés de la organización.
- Ser el asesor de los directivos de la organización y ofrecer orientaciones estratégicas para la toma de decisiones que incidan en el desarrollo de la empresa o institución.
- Evidenciar su agudeza financiera basada en el conocimiento sólido de la organización y sus procesos.
- Entender y aplicar los marcos y principios éticos en todas sus propuestas, acciones y decisiones.

## Descripción de materias

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

Este módulo responde a la pregunta: ¿para qué un estratega y gestor de las comunicaciones, en el nuevo escenario global? Se plantean las responsabilidades del DirCom, su posición en el organigrama y el liderazgo institucional o corporativo que debe tener para gestionar las comunicaciones integradas en una acción común, a través del Departamento o Dirección de Comunicaciones.

### **Estrategias digitales de gestión y comunicación integrada**

En esta asignatura se estudian los cambios provocados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en la forma en que se comunican las organizaciones y la sociedad en su conjunto. El maestrante aprende a seleccionar las herramientas y plataformas 2.0 que se pueden aplicar en su ejercicio profesional. Aplica técnicas de SEO para mejorar las opciones de búsqueda web de un sitio y SEM para lograr un posicionamiento óptimo en los buscadores. Al finalizar aprenderá a utilizar estrategias de comunicación en redes sociales mediante el uso de la metodología POST.

### **Identidad, marca e imagen corporativa**

En esta asignatura se define la identidad de la empresa y del producto/servicio, desde la estrategia comunicacional, para lograr una imagen corporativa sostenible, como ventaja competitiva. Se definen las pautas con las que se realiza la construcción de la marca, su valorización y gestión.

### **Marketing y estrategias de comunicación en la era digital**

El maestrante identifica los elementos del proceso de marketing de una empresa u organización. Aplica de manera estratégica los conceptos de posicionamiento, stakeholders y elementos de diferenciación en el diseño de planes de comunicación integrada. Gestiona estrategias de marketing digital.

### **Investigación estratégica y auditoría de imagen global**

A partir de los resultados de la investigación y la auditoría comunicacional de la organización, se define el papel de los públicos internos y externos en las estrategias de comunicación. Se involucran tres modelos de la investigación aplicada a las comunicaciones y a las relaciones internas y externas de la organización.

### **Plan estratégico de comunicación**

En este módulo se estudian, en primer lugar, las metodologías para la gestión de planes y proyectos, luego se revisan las etapas de elaboración de un Plan de Comunicación. Finalmente, el maestrante diseña un plan estratégico de comunicación para una organización real, dicho plan incluye el cálculo de costos, elaboración de presupuesto e indicadores de medición de resultados.

### **Comunicación institucional, relaciones con los medios y líderes de opinión**

En esta asignatura se estudia el desarrollo del liderazgo del presidente de la organización y la mejora de sus relaciones institucionales. Además, se destaca la importancia del periodismo corporativo en las relaciones internas y externas, con el fin de que la gestión estratégica de la organización brinde mejores resultados. Estudia, también, la necesidad y funciones del jefe de prensa y sus cometidos, la oportunidad que brinda informar, mediante el soporte adecuado, a través de los diferentes medios de comunicación existentes, y la manera en la que se generan relaciones duraderas.

### **Comunicación de crisis offline y online**

En esta materia se aprende a prevenir la crisis mediante el análisis CIV. Se genera capacidad de proacción y reacción estratégica a través de fórmulas efectivas que aportan a la estrategia del Plan de Comunicación de Crisis en línea y fuera de línea. Finalmente, se analiza la poscrisis y las oportunidades de cambio.

### **Reputación corporativa**

En este módulo se estudia la reputación de la organización y su medición. Se analiza el efecto de los stakeholders, es decir, quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa, en su desarrollo futuro. Define el nuevo rol del DirCom desde su perspectiva histórica y desarrollo futuro.

### **Comunicación financiera**

A través de este módulo, el maestrante DirCom conoce los nuevos paradigmas de la comunicación financiera y las formas en las que las organizaciones transparentan la información de sus ejercicios económicos para generar confianza en sus públicos.

### **Cultura organizacional, comunicación interna y responsabilidad social**

En este módulo se estudia la cultura organizacional y sus características para definir el rol del DirCom frente a la complejidad de las organizaciones. Además, se involucran soluciones a las situaciones que generan el cambio cultural y la acción frente a la resistencia al cambio. También se estudian las ventajas y recompensas que genera tener competitividad responsable, acorde a la revolución de la transparencia y un buen gobierno corporativo, con responsabilidad social e interés público.

### **Gerencia y habilidades directivas**

En este módulo, el estudiante identifica los distintos modelos de negocios y la forma en la que se integra la estrategia empresarial con la estrategia de comunicación. Identifica los estilos de dirección y entiende cómo se gestiona el talento humano y la forma en que los distintos cargos deben aportar a la misión y visión empresarial. A través de ejercicios prácticos, los maestrantes aplican metodologías y herramientas para la gestión de equipos de trabajo. Finalmente aprenden el uso de la comunicación como habilidad directiva y de gestión del cambio.

### **Proyecto dircom**

El proyecto capstone es el escenario académico destinado a la consolidación y desarrollo del perfil de egreso a través de la secuenciación de la formación académica-profesional que se concretan en él, los estudiantes aprenderán a leer críticamente textos científicos propios del área del conocimiento, a planificar estratégicamente la revisión de la literatura, a usar gestores bibliográficos y normas de citación. Así también, identificarán problemas de investigación y los métodos cualitativos y cuantitativos aplicables en cada caso. Al final del proyecto se espera que los estudiantes entreguen un texto académico en el que se plasmen los resultados del proceso de investigación.

## Cuerpo docente

El cuerpo docente de la Maestría en Desarrollo e Innovación de Alimentos, está conformado por un equipo de catedráticos, expertos y profesionales, nacionales e internacionales, de reconocido prestigio en cada área académica. Todos los docentes cuentan con títulos de 4to nivel, doctorados y maestrías, obtenidos en prestigiosas universidades a nivel mundial.

### **Joan Costa**

Comunicólogo, sociólogo y consultor corporativo.

Autor y director del Máster Internacional DirCom.

Fundador y director de la Red DirCom Iberoamericana y CEO de Joan Costa Institute.

Doctor honoris causa por España, Argentina y Perú.

### **Andrés Aljure**

Máster en Dirección de Comunicación Corporativa - EAE en Barcelona, España

### **Ángel Alloza Losana**

Doctor en Comunicación - Universidad Jaume I, España.

### **Diego Apolo**

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

### **Juan Carlos Barreda**

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

### **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.

### **Marcelo Manucci**

Doctor en Comunicación - Universidad del Salvador, Argentina.

### **Jordi Morató**

Máster en Publicidad y Relaciones Públicas - Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), 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 y con las instituciones financieras aliadas.
- Créditos educativos con Banco Pichincha, Banco Bolivariano o con la institución de tu preferencia (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 12 meses con intereses, en los bancos con los que mantenemos convenio.

\*Consulta las instituciones financieras aliadas que facilitarán el financiamiento de tu posgrado.



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