Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-17-NO.365-2020

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 02-05-2021

Detalle del programa

IES:	UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS
Siglas:	UDH
Código sniese:	1070
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR AUTOFINANCIADA
Sitio web:	https://www.uhemisferios.edu.ec/
Tipo de IES:	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado del programa:	VIGENTE
Tipo de programa:	MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP)
Campo amplio:	CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
Campo específico:	PERIODISMO E INFORMACIÓN
Campo detallado:	PERIODISMO, COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD
Programa:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
Título que otorga:	MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
Codificación:	1070-750321C01-P-1701
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	PICHINCHA
Cantón:	DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad:	QUITO
Duración:	2
Periodo académico:	ORDINARIO
Modalidad:	PRESENCIAL
Valor de la matrícula:	$ 1.000,00
Valor del arancel:	$ 12.720,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-17-NO.365-2020
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2019-12-18
Año de aprobación:	2019
Años de vigencia:	6 años.
Vigente hasta:	2025-12-18
N° de estudiantes por paralelo:	30 estudiantes.
N° de cohortes:	1

Convenio con otras entidades:

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA, CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE EL CENTRO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- ACUERDO DE COOPERACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD ESTATAL LINGÜÍSTICA DE MINSK Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS ACADÉMICOS ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS Y HEWLETT PACKARD ECUADOR CÍA. LTDA.

- CONVENIO MARCO DE COLABORACIÓN ENTRE UNIVERSIDAD DE NAVARRA Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS Y LA UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.

- ADENDA AL CONVENIO MARCO INTERINSTITUCIONAL DE COOPERACIÓN ACADÉMICA, CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA UNIVERSIDAD ""UNIVERSIDAD DE PIURA"" Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA CORTE CONSTITUCIONAL DEL ECUADOR Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA, CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA 'FUNDACIÓN ESQUEL"" Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO DE COOPERACIÓN ENTRE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO -QUITO TURISMO- Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA. CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA FUNDACIÓN SER HUMANO Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO INTERINSTITUCIONAL DE COOPERACIÓN ACADÉMICA, CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA UNIVERSIDAD DEL NORTE Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- ACUERDO DE COLABORACIÓN ESPECÍFICO ENTRE FUNDACIÓN ESQUEL Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS PARA EL IMPULSO DEL PROGRAMA BANCOS DEL TIEMPO DE ESQUEL.

- CONVENIO PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS ACADÉMICOS ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS Y CENTRO DE ACTUALIZACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL CENADEPRO CÍA.LTDA.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA, CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA FUNDACIÓN DE INVESTIGACIÓN PARA EL DERECHO Y LA JUSTICIA Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE EL CENTRO DE ENTRENAMIENTO GERENCIAL C.E.G - FEDEXPOR Y UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO DE COLABORACIÓN ENTRE ISEP Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA SUSCRITO ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS Y LA POLICÍA METROPOLITANA DE QUITO.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA, CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA ""UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN"" Y LA ""UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS"".

- CONVENIO MARCO INTERINSTITUCIONAL DE COOPERACIÓN ACADÉMICA Y CIENTÍFICA ENTRE LA UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO (COLOMBIA) Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS (ECUADOR).

- CONVENIO MARCO DE INTERCAMBIO DE ESTUDIANTES, COOPERACIÓN ACADÉMICA E INVESTIGACIÓN ENTRE LA UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO DE COLABORACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS Y LA UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SÉNECA.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA SUPERINTENDENCIA DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

- CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS Y LA PARROQUIA COCHAPAMBA.

- CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS Y LA UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL EUGENIO ESPEJO.

- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA, CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA PASTORAL SOCIAL CARITAS ECUADOR Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS. ADENDUM AL CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA. CIENTÍFICA Y CULTURAL ENTRE LA PASTORAL SOCIAL CARITAS ECUADOR Y LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS.

N° de horas: 1.610 Horas.

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 02-05-2021

Detalle del programa

Requisitos de ingreso:

- TENER TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO. EN CASO DE TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO OBTENIDO EN EL EXTRANJERO, EL CANDIDATO DEBE PRESENTARLO APOSTILLADO O LEGALIZADO POR VÍA CONSULAR.

CONCRETAMENTE, EL ASPIRANTE DEBE SER:

ECONOMISTA

LICENCIADO/A EN CIENCIAS POLÍTICAS

LICENCIADO/A EN RELACIONES INTERNACIONALES

LICENCIADO/A

EN DESARROLLO LOCAL

LICENCIADO/A EN GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO

LICENCIADO/A EN PSICOLOGÍA LICENCIADO/A EN ESTUDIOS CULTURALES
LICENCIADO/A EN SOCIOLOGÍA LICENCIADO/A EN ANTROPOLOGÍA

LICENCIADO/A EN GENERO Y DESARROLLO

LICENCIADO/A EN PERIODISMO LICENCIADO/A EN COMUNICACIÓN
LICENCIADO/A EN PUBLICIDAD

DADA LA TRANSDISCIPLINARIEDAD DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA SE PERMITE AMPLIAR LOS CANDIDATOS CON TÍTULO DE TERCER NIVEL EN EL CAMPO DETALLADO DE GESTIÓN FINANCIERA, ADMINISTRACIÓN, MERCADOTECNIA, GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL, COMERCIO, COMPETENCIAS LABORALES Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

ASÍ LOS TÍTULOS DE TERCER NIVEL SERIAN:

LICENCIADO/A EN FINANZAS

LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN PUBLICA

LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LICENCIADO/A EN MERCADOTECNIA LICENCIADO/A

EN GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL

LICENCIADO/A EN COMERCIO

LICENCIADO/A EN COMERCIO EXTERIOR

LICENCIADO/A EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LICENCIADO/A EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

- COPIA CERTIFICADA DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL DEBIDAMENTE REGISTRADO EN LA SENESCYT.

- COPIA DE CÉDULA DE IDENTIDAD O COPIA DE PASAPORTE PARA EXTRANJEROS.

- CERTIFICADO DE VOTACIÓN, EXCEPTO PARA EXTRANJEROS.

- 2 FOTOS A COLOR IMPRESAS, TAMAÑO CARNET.

- APROBAR PROCESO DE ADMISIÓN.

- EXPERIENCIA PROFESIONAL O DE INVESTIGACIÓN EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA POLÍTICA O PUBLICITARIA.

- HOJA DE VIDA.

- ENTREVISTA CON LA DIRECCIÓN DE LA MAESTRÍA SOBRE SU INTERÉS DE INVESTIGACIÓN Y DE APLICACIÓN EN UNA DE LAS 3 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.

- NO ES UN REQUISITO OBLIGATORIO. EN CASO DE PRESENTAR EL CERTIFICADO SE CONSIDERA REQUISITO MERITORIO. LAS HABILIDADES LINGÜÍSTICAS PODRÁN
CERTIFICARSE MEDIANTE UN EXAMEN REALIZADO EN LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS, AL IGUAL QUE PRESENTANDO UN DOCUMENTO QUE ACREDITE
ESTA HABILIDADES, POR EJEMPLO: UN CERTIFICADO TOEFL INTERNET-BASED CON 70 PUNTOS, UN CERTIFICADO A2 DEL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA DE LAS LENGUAS, EL CERTIFICADO DE ADVANCED ENGLISH DE LA UNIVERSIDAD DE
CAMBRIDGE O ALGÚN OTRO DOCUMENTO QUE JUSTIFIQUE UN DOMINIO DEL IDIOMA (COMO UN TÍTULO DE HABER CURSADO UNA LICENCIATURA EN UN
PAÍS DE HABLA INGLESA).

- UNA CARTA DE RECOMENDACIÓN DE UN PROFESOR UNIVERSITARIO, RELACIONADO CON ALGUNA DE LAS 3 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA MAESTRÍA (REQUISITO MERITORIO).

Objetivo general:

FORMAR MAGÍSTERES PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN, DE CUARTO NIVEL, CAPACES DE CREAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN QUE LOGREN ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE IMPACTO (COGNITIVOS, AFECTIVOS Y COMPORTAMENTALES) Y DE PRODUCCIÓN (EJECUCIÓN) EN LOS CAMPOS DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA EN ORGANIZACIONES PÚBLICAS, PRIVADAS Y DEL TERCER SECTOR, SIENDO EFICIENTES EN EL MANEJO DE LA IMAGEN DE SUS ORGANIZACIONES EN TIEMPOS DE CONFLICTOS Y SITUACIONES DE CRISIS, DESARROLLANDO HABILIDADES DE ESTRATEGAS EN PROPAGANDA Y CAMPAÑAS POLÍTICAS, Y SIENDO AGENTES DE VINCULACIÓN COMUNICATIVA DE LAS INSTITUCIONES Y ORGANISMOS PÚBLICOS CON LA SOCIEDAD CIVIL.

Perfil de ingreso:

LOS ASPIRANTES AL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PREFERENTEMENTE DEBERÁN POSEER TÍTULO DE TERCER NIVEL REGISTRADO EN EL SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR, EN EL CAMPO DETALLADO DE: PERIODISMO, COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD, ECONOMISTA, CIENCIAS POLÍTICAS, PSICOLOGÍA, ESTUDIOS SOCIALES Y CULTURALES, ESTUDIOS DE GÉNERO. DADA LA TRANSDISCIPLINARIEDAD DE LA MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA SE PERMITIRÁ AMPLIAR LOS CANDIDATOS CON TÍTULO DE TERCER NIVEL EN EL CAMPO DETALLADO DE: GESTIÓN FINANCIERA, ADMINISTRACIÓN, MERCADOTECNIA, GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL, COMERCIO, COMPETENCIAS LABORALES Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Perfil de egreso:

SABER:

EL MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA SERÁ UN PROFESIONAL QUE, A PARTIR DE LA TEORÍA DEL PENSAMIENTO COMPLEJO Y DE LA NUEVA TEORÍA ESTRATÉGICA PODRÁ FUNDAMENTAR Y COMPRENDER LOS OBJETOS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, SUS ENTORNOS MULTIDIMENSIONALES, GLOBALES Y DINÁMICOS PROPIOS DE NUESTRO TIEMPO. SE PRIVILEGIA EL AFÁN DE HUMANIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DESDE SU EJERCICIO LABORAL Y LA UTILIZACIÓN RESPONSABLE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS COMUNICATIVOS DE LAS ORGANIZACIONES, LAS INSTITUCIONES POLÍTICAS Y LOS AMBIENTES PUBLICITARIOS.

PARA EL EFECTO, EL MAGÍSTER DEBE DEMOSTRAR UN DOMINIO SUFICIENTE DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA ORGANIZACIÓN, Y DE LOS ENFOQUES INTERDISCIPLINARIOS PARA LA COMPRENSIÓN DEL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. DE ESTA MANERA, LOS RESULTADOS DEL SABER CONOCER SON:

1) IDENTIFICAR PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITAN A LAS ORGANIZACIONES SELECCIONAR LAS ESTRATEGIAS MÁS ADECUADAS PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS, DETERMINANDO LAS ACCIONES A EJECUTAR PARA EL LOGRO DE SUS METAS ORGANIZACIONALES.

2) DIAGNOSTICAR PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, MEDIANTE METODOLOGÍAS DE INTERVENCIÓN-ACCIÓN, QUE PERMITAN A LAS ORGANIZACIONES ECUATORIANAS CON SUS ESTRATEGIAS MODIFICAR COMPORTAMIENTOS, IMAGINARIOS, ACTITUDES Y REALIDADES DEL CONTEXTO DE LAS ORGANIZACIONES.

SABER HACER:

EL MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA SERÁ UN PROFESIONAL CON HABILIDADES DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO DE HERRAMIENTAS QUE FAVOREZCAN LA CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN Y REPUTACIÓN, EVIDENCIANDO EL COMPROMISO SOCIAL DE LA DISCIPLINA COMO HERRAMIENTA PARA DAR SOLUCIONES ESPECÍFICAS A NECESIDADES DE ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES QUE REQUIERAN PROYECTARSE HACIA PÚBLICOS META INTERNOS Y EXTERNOS. EL MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA TENDRÁ LAS DESTREZAS PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA ORGANIZACIONES EMPRESARIALES, INSTITUCIONES POLÍTICAS, PUBLICITARIAS Y DEL TERCER SECTOR. PARA ELLO DEBERÁ DOMINAR LAS TÉCNICAS DE FORMULACIÓN ESTRATÉGICA Y TÁCTICA DEL PLAN DE INTERVENCIÓN PARA
APROVECHAR CON EFICACIA Y EFICIENCIA LOS RECURSOS PARA LA EJECUCIÓN DE DICHOS PLANES.

DE ESTA MANERA, LOS LOGROS DE APRENDIZAJE DEL SABER HACER SON:

1.FORMULAR Y DESARROLLAR PROYECTOS SOBRE PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS QUE PROPONGAN SOLUCIONES A LAS ORGANIZACIONES EN ESCENARIOS CRÍTICOS DE CRISIS Y DE CONTINGENCIA.

2.GESTIONAR PROYECTOS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADOS A PROPONER SOLUCIONES A LAS REALIDADES EMPRESARIALES E INSTITUCIONALES A TRAVÉS DE LA CONSULTORÍA E INTERVENCIÓN ESPECIALIZADA.

3.PROPONER ESTRATEGIAS CON OBJETIVOS DE ORDEN INSTITUCIONAL, DONDE LA COMUNICACIÓN JUEGA UN PAPEL IMPORTANTE PARA VENDER IDEAS, CREAR VÍNCULOS EMOCIONALES Y MOVILIZAR POSTURAS COLECTIVAS.

4. APLICAR LOS NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL, MANEJANDO GRANDES CANTIDADES DE DATOS, PARA OFRECER A SUS PÚBLICOS NUEVAS FORMAS DE EXPERIMENTAR LA COMUNICACIÓN
MÁS EFECTIVA.

SABER CONOCER:

LA COMPETENCIA DE LA CAPACIDAD COGNITIVA DISCIPLINARIA Y HUMANISTA DEL MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS, SE CONFIGURA DESDE EL PERFIL DEL MAGÍSTER, PROPÓSITO DE FORMACIÓN DEL PRESENTE MODELO PEDAGÓGICO. EN ESTE SE ADVIERTE EL AFÁN DE HUMANIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DESDE SU EJERCICIO LABORAL Y LA UTILIZACIÓN PRUDENTE Y RESPONSABLE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS COMUNICATIVOS DE LAS ORGANIZACIONES, LAS INSTITUCIONES POLÍTICAS Y LOS AMBIENTES PUBLICITARIOS. PARA EL EFECTO, EL MAGÍSTER DEBE DEMOSTRAR UN DOMINIO SUFICIENTE DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA ORGANIZACIÓN, Y DE LOS ENFOQUES INTERDISCIPLINARIOS PARA LA COMPRENSIÓN DEL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, Y PARA QUE PUEDA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE ELLAS Y SU CORRESPONDIENTE APORTE. DE ESTA MANERA, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL SABER CONOCER SON:

1.DISCUTIR Y DISCERNIR SOBRE LOS SUPUESTOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN QUE LE PERMITAN COMPRENDER LOS FENÓMENOS Y LAS PROBLEMÁTICAS COMPLEJAS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.

2.COMPRENDER LAS POTENCIALIDADES DE LOS NUEVOS MEDIOS EN EL MARCO DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA OPTIMIZAR LA RELACIÓN CON LOS PÚBLICOS INTERNOS Y EXTEMOS DE LAS ORGANIZACIONES, LOGRANDO NUEVAS EXPERIENCIAS Y VÍNCULOS EMOCIONALES EN LA COMUNICACIÓN.

3.CONTEXTUALIZAR LOS PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN TOMO A LOS DIFERENTES FACTORES QUE INTERVIENEN EN SUS COMPLEJIDADES INTERDISCIPLINARIAS, CON ESPECIAL ÉNFASIS EN LA VINCULACIÓN CON LAS DIFERENTES ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES DE LA SOCIEDAD.

SER:

EL MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA SERÁ UN PROFESIONAL CON CRITERIO PRUDENTE Y RESPONSABLE DE LAS ACCIONES DE SU EJERCICIO PROFESIONAL A PARTIR DE LA INTEGRACIÓN DE SABERES QUE TOMAN A LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA COMO OBJETO INTERDISCIPLINARIO DE ESTUDIO, QUE BRINDA SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS DE ÍNDOLE COMUNICATIVO Y PROCESAL EN LAS ORGANIZACIONES, LAS INSTITUCIONES Y LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS Y LOS AMBIENTES DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA, EN EL MARCO DE LA RESPONSABILIDAD HACIA LA SOCIEDAD Y LAS PERSONAS EN GENERAL.

EL MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA TENDRÁ LAS DESTREZAS PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS ORGANIZACIONES, LAS INSTITUCIONES POLÍTICAS Y EMPRESAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y DEL TERCER SECTOR, EN LOS QUE SE DEMUESTRE UN CRITERIO PRUDENTE Y RESPONSABLE CON LA FINALIDAD DE COADYUVAR EN EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD.

DE ESTA MANERA, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL SER SON:
1.EVALUAR PROYECTOS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITAN IDENTIFICAR LA PROBLEMÁTICA A SOLUCIONAR Y LA IDONEIDAD EN LA ELECCIÓN DE SUS ESTRATEGIAS PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES, EN EL MARCO DE LA ÉTICA PROFESIONAL, DE LA HONESTIDAD CIUDADANA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA SOCIEDAD Y EL PAÍS EN GENERAL.

2. EJERCER CON PROFESIONALISMO SU LABOR ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DEL RESPETO A LA DIGNIDAD DE LAS PERSONAS, A LA IGUALDAD DE GÉNERO, A LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, A LA DEFENSA DE LA VIDA, A LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LAS CULTURAS ANCESTRALES Y A LA PROMOCIÓN DE LA FAMILIA.

Objeto de estudio:

EL MENSAJE ES UNA UNIDAD LÓGICA COMPLETA DE SENTIDO, CON LA INTENCIONALIDAD PRIMERA DE SER COMPARTIDA ?COMUNICADA-; QUE DEPENDE DE UN LENGUAJE COMÚN ENTRE DOS PERSONAS PARA SER COMPRENDIDO -CONFORMADO-. ESTO SUPONE QUE EL MENSAJE NO ES MERA INFORMACIÓN -DATO TÉCNICAMENTE PROCESADO-; ES UN CONSTITUTIVO RACIONAL, PREVIAMENTE PROCESADO POR EL INTELECTO HUMANO. DE TAL FORMA, EL MENSAJE ES UNA UNIDAD PENSADA -RAZONADA-, NO ES UNA CASUALIDAD ESPORÁDICA, QUE SE DECODIFICA Y SE COMPRENDE DE CUALQUIER MANERA RELATIVA -QUE SERÍA SIMPLEMENTE UN ACTO DE INFORMACIÓN-.

EL MENSAJE ES COMPLEJO, CAMBIA PERMANENTEMENTE SEGÚN LAS INTENCIONES COMUNICANTES; CAMBIA EN SUS EFECTOS E IMPACTOS; CAMBIA SEGÚN LOS CANALES Y MEDIOS DE TRANSMISIÓN; CAMBIA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL MUNDO QUE TIENEN SUS PARTÍCIPES; Y CAMBIA SEGÚN EL CONTEXTO Y LA
HISTORIA DE LA REALIDAD SOCIAL. LA COMUNICACIÓN SE OCUPA DE ENCONTRAR SUS COMPONENTES CONSTITUTIVOS, SUS VARIACIONES Y ESTADOS. NINGUNA
OTRA DISCIPLINA SE OCUPA DEL MENSAJE COMO OBJETO.

SIN EMBARGO, EL MENSAJE CARECERÍA DE VALIDEZ ÚTIL, SI NO SE ESTUDIARA EN EL CONTEXTO DE LA REALIDAD SOCIAL, PORQUE TODO MENSAJE PERTENECE A
UN MOMENTO Y UN LUGAR DE LA MISMA. NO SE ENTENDERÍA LA REALIDAD SOCIAL SIN LOS MENSAJES, NI LOS MENSAJES SIN LA REALIDAD SOCIAL. NO QUIERE
DECIR ESTO, QUE LA REALIDAD SOCIAL SEA EXCLUSIVO OBJETO DE LA COMUNICACIÓN, SINO QUE ESTUDIA LO SUYO Y PROPIO DE LA MISMA.

ES NECESARIO EL ABORDAJE TRANSDISCIPLINAR DE SU OBJETO COMUNICACIONAL, PARA DAR PASO A LO QUE CONOCEMOS COMO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, LA CUAL SE OCUPA DE LA IDENTIFICACIÓN DE LA NATURALEZA DEL CAMBIO Y LA CONTINGENCIA; DEL ANÁLISIS DE SUS PROBLEMAS ESPECÍFICOS EN TÉRMINOS COMUNICATIVOS; Y, FINALMENTE, DE PROPONER ACCIONES EFECTIVAS PARA LA SOLUCIÓN ESPECÍFICA DE LOS PROBLEMAS, A LO QUE LLAMAMOS, ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA COMO CAMPO TRANSDISCIPLINARIO DE LA COMUNICACIÓN, REQUIERE A SU VEZ DEL ESTUDIO INTERDISCIPLINARIO DE LA ESTRATEGIA. NO BASTA UN ABORDAJE INDIVIDUAL DE LA ESTRATEGIA PARA EXPLICAR LOS PROBLEMAS DE LA COMUNICACIÓN. SE REQUIERE DE OTRAS DISCIPLINAS SOCIALES COMO LA ADMINISTRACIÓN, LA POLÍTICA Y LA ECONOMÍA PARA ENTENDER LAS DINÁMICAS COMPLEJAS DE LOS PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES, INSTITUCIONES POLÍTICAS, AMBIENTES DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y DEL TERCER SECTOR.

Modalidad titulación:

- PROYECTOS DE DESARROLLO

- EXAMEN COMPLEXIVO