Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-16-NO.249-2018

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 26-04-2021

Detalle del programa

IES:	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
Siglas:	PUCE
Código sniese:	1027
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR COFINANCIADA
Sitio web:	https://www.puce.edu.ec/
Tipo de IES:	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado del programa:	VIGENTE
Tipo de programa:	MAESTRÍA DE INVESTIGACIÓN
Campo amplio:	CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
Campo específico:	PERIODISMO E INFORMACIÓN
Campo detallado:	PERIODISMO, COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD
Programa:	COMUNICACIÓN POLÍTICA
Título que otorga:	MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA MENCIÓN TRANSPARENCIA INSTITUCIONAL
Codificación:	740321I01
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	PICHINCHA
Cantón:	DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad:	QUITO
Duración:	4 PERIODOS
Periodo académico:	SEMESTRAL
Modalidad:	PRESENCIAL
Valor de la matrícula:	$ 1.080,00
Valor del arancel:	$ 10.800,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-16-NO.249-2018
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2018-04-25
Año de aprobación:	2018
Años de vigencia:	5 años.
Vigente hasta:	2023-04-25
N° de estudiantes por paralelo:	30 estudiantes.
N° de cohortes:	1

Convenio con otras entidades:

CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA ASAMBLEA NACIONAL Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-PUCE.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA SUPERINTENDENCIA DEL CONTROL DE PODER DEL MERCADO Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.

; CONVENIO ENTRE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE COTACACHI Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA.

; PROTOCOLO DE COOPERACIÓN CULTURAL, CIENTÍFICA Y PEDAGÓGICA ENTRE LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE COMPOSTELA (ESPAÑA) Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.

; CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL, ENTRE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA Y EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SAN MIGUEL DE IBARRA.

; CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DEL AMBIENTE DE IMBABURA Y PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA.

; CONVENIO MARCO DE COLABORACIÓN ENTRE LA COORDINACIÓN ZONAL I DEL MINISTERIO DE TURISMO Y LA PONTIFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS DE ACTUACIÓN CONJUNTA.

; CONVENIO MARCO DE COEDICIÓN ENTRE PONTIFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE LBARR4 Y EDICIONES ABYA-YALA.

; CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL, ENTRE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA Y TVN CANAL.

; ACUERDO DE COOPERACIÓN ENTRE INTERNATIONAL MEDIA MANAGEMENT ACADEMIC ASSOCIATION-IMMAA Y LA PONTIFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE IBARRA.

; ACUERDO COMPROMISO ENTRE LA REVISTA VISIÓN GERENCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (VENEZUELA) Y LA

REVISTA AXIOMA DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA.

; ACUERDO DE COLABORACIÓN DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA Y LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA (ECUADOR) Y LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (MÉRIDA-VENEZUELA).

; ACUERDO SOBRE MOVILIDAD ESTUDIANTIL Y DOCENTE ENTRE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-SEDE IBARRA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR- SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE EL CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACIÓN PARA AMÉRICA LATINA-CIESPAL Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE EL MINISTERIO DE CULTURA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO DE COOPERACIÓN ACADÉMICA ENTRE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO Y LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE GRUPO EL COMERCIO C.A. Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE SANTO DOMINGO Y EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN PEDRO VICENTE MALDONADO.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA NÚCLEO SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA JUNTA PARROQUIAL RURAL MANUEL CORNEJO ASTORGA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE FUNDACIÓN ""TERNURA Y AMOR"" Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA ASOCIACIÓN CENTRO CARITAS ANTONIANA ALEGRÍA DE VIVIR Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE SANTO DOMINGO.

; CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL SEDE SANTO DOMINGO, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, SEDE SANTO DOMINGO, LA UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES SEDE SANTO DOMINGO Y LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS, EL CONSEJO NACIONAL DE GOBIERNOS PARROQUIALES RURALES (CONAGOPARE) SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS; Y, EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.

N° de horas: 2.760 Horas.

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 26-04-2021

Detalle del programa

Requisitos de ingreso:

TÍTULO DE TERCER NIVEL O SUPERIOR, REGISTRADO EN LA SENESCYT.

; COPIA DE CÉDULA DE IDENTIDAD Y VOTACIÓN.

; DOCUMENTADOS NOTARIADOS QUE CERTIFIQUEN SU FORMACIÓN Y/O EXPERIENCIA PROFESIONAL.

; CERTIFICACIÓN A2 EN EL IDIOMA INGLÉS, EXPEDIDO POR LA UNIDAD ACADÉMICA CORRESPONDIENTE, PARA LA COMPRESIÓN DE TEXTOS ESCRITOS.

; APROBACIÓN DEL EXAMEN DE ADMISIÓN: TEST DE APTITUDES (RAZONAMIENTO VERBAL, ABSTRACTO, CONCEPTUAL E INVESTIGATIVO); TEST SOBRE HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS (EXCEL Y WORD). EL CUMPLIMIENTO DE LOS PARÁMETROS DEL PERFIL DE INGRESO SE VERIFICARÁ MEDIANTE ESTE REQUISITO, Y POR MEDIO DE UNA ENTREVISTA APLICADA A LOS ASPIRANTES. LA ENTREVISTA CONTARÁ CON LAS SIGUIENTES PARTES: FORMACIÓN Y ESTUDIOS; EXPERIENCIA PROFESIONAL; PERSONALIDAD; EXPECTATIVAS; AUTOCONFIANZA: MOTIVACIÓN; REACCIÓN ANTE AL ESTRÉS; DISPONIBILIDAD.

Objetivo general:

FORMAR INTERDISCIPLINARIAMENTE A INVESTIGADORES Y PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL ECUADOR, PARA UN CORRECTO DESEMPEÑO EN EL ESTUDIO DE LAS ORGANIZACIONES PRIVADAS E INSTITUCIONES, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA OPINIÓN PÚBLICA, PROMOVIENDO LA CREACIÓN DE CONOCIMIENTO CIENTÍFICO Y PERFECCIONANDO LOS PROCESOS DE DIÁLOGO ENTRE LOS DISTINTOS AGENTES CON LA CONSECUENTE MEJORA DE LA TRANSPARENCIA Y DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.

EL OBJETIVO SE HA CONSTRUIDO EN BASE A LOS SIGUIENTES PROBLEMAS.

PROBLEMAS DE LA CIENCIA

; LA CIENCIA POLÍTICA ESTÁ CONFIGURADA DESDE LOS PRINCIPIOS REDUCCIONISTAS QUE RIGEN EL PARADIGMA LÓGICO-POSITIVISTA DE LAS CIENCIAS SOCIALES, Y SE ESTABLECEN LIMITACIONES EPISTEMOLÓGICAS AL ABORDAR LOS PROCESOS DE CAMBIO.

; LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN SE CONSTITUYE COMO UNA DISCIPLINA INSUFICIENTE EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA, CARACTERIZADA POR UN OBJETO AMPLIO Y POR MÉTODOS DIVERGENTES.

PROBLEMAS DE LA REALIDAD

; INSUFICIENCIA EN EL ANÁLISIS, DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS CAMPAÑAS POR PARTE DE LAS ORGANIZACIONES A NIVEL NACIONAL Y ESCASA VALORACIÓN CONCEPTUAL DE LA COMUNICACIÓN EN LOS REPRESENTANTES Y DIRIGENTES POLÍTICOS DE LA ZONA.

; DIFUSIÓN DE UNA INFORMACIÓN PARCIALIZADA CON RESPECTO A LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.

; INEXISTENCIA O EN SU CASO MÍNIMA INTERPRETACIÓN DE SONDEOS Y ESTUDIOS APLICADOS EN LA SOCIEDAD RELACIONADOS CON LA TOMA DE DECISIONES COMUNICACIONALES Y EN EL ÁMBITO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.

; INCUMPLIMIENTO LEGAL Y ÉTICO DE LAS POLÍTICAS DE TRANSPARENCIA EN LA COMUNICACIÓN DE INSTITUCIONES, ORGANISMOS PÚBLICOS Y PARTIDOS POLÍTICOS EN PLENA CRISIS DE LEGITIMIDAD.

Perfil de ingreso:

PREFERENTEMENTE LOS PROFESIONALES DE TERCER NIVEL DEL CAMPO AMPLIO DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO.

EL PERFIL DE INGRESO ESTARÁ PERFILADO Y PLANTEADO, PRINCIPALMENTE, PARA AQUELLOS GRADUADOS UNIVERSITARIOS Y PROFESIONALES QUE QUIERAN TRAZAR SU CAMINO EN EL ÁMBITO ACADÉMICO E INVESTIGATIVO, POR LO QUE NECESITAN DE UN APRENDIZAJE TEÓRICO Y DE INVESTIGACIÓN ACOMPAÑADO POR DOCENTES CON EXPERIENCIA EN EL ANÁLISIS Y USO DE LOS INSTRUMENTOS CIENTÍFICOS Y SOCIALES. DE ESTE MODO, EN EL ÁMBITO FORMATIVO Y EN FUNCIÓN DEL REGLAMENTO DE ARMONIZACIÓN DE LA NOMENCLATURA DE TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS QUE CONFIEREN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR, SE HA DEFINIDO EL PERFIL DE INGRESO POR EL CAMPO AMPLIO DE CONOCIMIENTO 3, ESTABLECIÉNDOSE COMO TITULACIONES PREFERENTES DE ACCESO: COMUNICACIÓN, CIENCIAS POLÍTICAS, PUBLICIDAD, DERECHO, SOCIOLOGÍA, ESTUDIOS CULTURALES, ANTROPOLOGÍA Y RELACIONES INTERNACIONALES.

EL PERFIL DE INGRESO PRIORITARIO RESPONDE A LAS SIGUIENTES OCUPACIONES, QUE SE DEBERÁ ACREDITAR CON UN CERTIFICADO: DOCENTES E INVESTIGADORES UNIVERSITARIOS CENTRADOS EN EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN, LA SOCIOLOGÍA O LA CIENCIA POLÍTICA; DIRIGENTES DE GOBIERNO, DE EMPRESAS, DE PARTIDOS POLÍTICOS U OTROS ORGANISMOS PRIVADOS Y CARGOS PÚBLICOS; CONSULTORES POLÍTICOS Y DE ORGANIZACIONES PRIVADAS, ASÍ COMO DIRECTORES DE COMUNICACIÓN Y/O DE RELACIONES PÚBLICAS DE LAS ORGANIZACIONES CENTRADOS EN LA INVESTIGACIÓN DE LA MEJORA DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS; FUNCIONARIOS PÚBLICOS DESTINADOS A LA INVESTIGACIÓN Y REORIENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS; Y, PERIODISTAS DE MEDIOS COMUNICACIÓN INTERESADOS EN LA INVESTIGACIÓN DE SU PRÁCTICA PROFESIONAL PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN.

DENTRO DE ESTE PERFIL EL ASPIRANTE DEBERÁ TENER EXPERIENCIA CERTIFICADA EN EL CAMPO DE CONOCIMIENTO

DEL PROGRAMA CON DESTREZAS COGNITIVAS, PROCEDIMENTALES Y ACTITUDINALES EN EL ÁMBITO TEÓRICO, PRÁCTICO E INVESTIGATIVO. EN PERSPECTIVA AL OBJETO DEL PROGRAMA EL MAESTRANTE DEBERÁ TENER: NOCIONES BÁSICAS DEL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN; DESTREZAS DE COMPRENSIÓN Y ABSTRACCIÓN DE TEXTOS ORALES Y ESCRITOS; CAPACIDAD ANALÍTICA Y CRÍTICA, APERTURA AL TRABAJO EN EQUIPO; DISPOSICIÓN A LA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN; COMPETENCIAS BÁSICAS EN LAS HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS; CONOCIMIENTO DEL IDIOMA INGLÉS.

EL CUMPLIMIENTO DE LOS PARÁMETROS DEL PERFIL DE INGRESO SE VERIFICARÁ MEDIANTE LA PRUEBA DE ADMISIÓN Y LA ENTREVISTA.

Perfil de egreso:

SABER:

HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS

; COMPRENDE DE FORMA INTEGRAL LA COMUNICACIÓN POLÍTICA MEDIANTE UNA VISIÓN INTERDISCIPLINAR DE LA COMUNICACIÓN, LA CIENCIA POLÍTICA Y LA SOCIOLOGÍA PARA DEFINIR ADECUADAMENTE EL MARCO TEÓRICO Y EPISTEMOLÓGICO DE LOS CAMPOS DE ACCIÓN E INVESTIGACIÓN. (FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA).

CAPACIDADES COCNITIVAS

; INVESTIGA LAS NECESIDADES DE INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES MEDIANTE UNA AUDITORÍA A NIVEL INTERNO COMO EXTERNO, PARA LA REALIZACIÓN DE INFORMES QUE PROMUEVAN MEJORAS EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN. (TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS EN LAS ORGANIZACIONES)

; ANALIZA LA TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN MEDIANTE LA CREACIÓN DE UNA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA DE ALTO VALOR AÑADIDO PARA EL DESARROLLO DE UNA SIMETRÍA COMUNICACIONAL DESDE EL PUNTO DE VISTA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. (MEDIOS Y OPINIÓN PÚBLICA).

; DESARROLLA LA TRANSPARENCIA PROACTIVA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MAPAS INTERACTIVOS PARA LA MEJORA DEL ÁMBITO INVESTIGATIVO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS. (TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS EN LAS ORGANIZACIONES).

; DESARROLLA LA COMUNICACIÓN ONLINE CON LOS CIUDADANOS A TRAVÉS DEL MARCO DE LA WEB 2.0 PARA ANALIZAR LAS REPERCUSIONES SOCIALES Y POLÍTICAS DE SU IMPACTO. (POLÍTICA Y COMUNICACIÓN 2.0.

COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS

; DELIMITA EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE MÉTODOS DE OBSERVACIÓN PARA LA CORRECTA IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS. (TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING INSTITUCIONAL Y CONSULTORÍA POLÍTICA).

; INVESTIGA ESCENARIOS SOCIALES Y ELECTORALES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE LA AGENDA-SETTING PARA DETECTAR LOS PROCESOS DE CAMBIO. (ESCENARIOS ELECTORALES).

; DIAGNOSTICA LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA, SOCIOPOLÍTICA Y DEMOGRÁFICA DEL ECUADOR MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO CORRECTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS. (TEORÍA Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN).

SABER HACER:

PROFESIONAL:

; DIAGNOSTICA ESTRATÉGICAMENTE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN MEDIANTE EL CONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES INTERNAS Y EXTERNAS DE UN DLRCOM INSTITUCIONAL PARA LA PUESTA EN MARCHA DE INVESTIGACIONES Y EVALUACIÓN DE TÉCNICAS COMUNICATIVAS, (COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL).

; APLICA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN ENTORNOS NUEVOS O POCO CONOCIDOS DENTRO DE CONTEXTOS MÁS AMPLIOS (O MULTIDISCIPLINARES) RELACIONADOS CON SU ÁREA DE ESTUDIO, (DISEÑO E INVESTIGACIÓN DE CAMPAÑAS)

; APORTA VALOR A LAS ORGANIZACIONES MEDIANTE LA CREACIÓN DE UN MODELO DE ESTUDIO INTEGRADO PARA LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS. (GESTIÓN DE CRISIS EN ORGANIZACIONES)

; ASUME LA COMPLEJIDAD DE FORMULAR JUICIOS A PARTIR DE UNA INFORMACIÓN INCOMPLETA O LIMITADA MEDIANTE REFLEXIONES SOBRE LAS RESPONSABILIDADES SOCIALES Y ÉTICAS PARA LA APLICACIÓN DE LOS MISMOS A UN CONTEXTO REAL. (HERRAMIENTAS DE MARKETING POLÍTICO).

; CONOCE EN PROFUNDIDAD LOS ASPECTOS INTERNOS Y EXTERNOS DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE UNA ORGANIZACIÓN COMPLEJA INCLUIDAS LA GESTIÓN Y LIDERAZGO DE LOS EQUIPOS MULTIDISCIPLINARES, MEDIANTE LA INVESTIGACIÓN DE SUS DINÁMICAS POLÍTICAS INTERNAS Y SU RELACIÓN CON UN ENTORNO POLÍTICO CAMBIANTE. (COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL)

; INVESTIGA LA TRANSPARENCIA DE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE RECOMENDACIONES DE CARÁCTER NACIONAL E INTERNACIONAL PARA EL EMPODERAMIENTO CIUDADANO (TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS EN LAS ORGANIZACIONES).

; CREA TODO TIPO DE INFORMES MEDIANTE UNA METODOLOGÍA ESPECIALIZADA PARA LA REALIZACIÓN ESTRATÉGICA DE LA CONSULTORÍA EN ÉPOCA ELECTORAL (HERRAMIENTAS DE MARKETING POLÍTICO).

; ELABORA DIAGNÓSTICOS DE SITUACIONES COMPLEJAS, CRÍTICAS E IMPREDECIBLES EN ORGANIZACIONES DE FORMA SISTEMÁTICA Y UEATIVA CON JUICIO CRÍTICO, CON INFORMACIÓN INCOMPLETA, ASUMIENDO RIESGOS Y TOMANDO DECISIONES PARA COMUNICARLAS A CUALQUIER TIPO DE AUDIENCIA. (GESTIÓN DE CRISIS EN ORGANIZACIONES).

; UTILIZA TÉCNICAS Y PROCESOS USADOS EN LAS DIVERSAS FASES DE LA GESTIÓN DEL MARKETING MEDIANTE EL ESTUDIO DE VARIAS TEORÍAS PARA EL DISEÑO DE CAMPAÑAS EN ORGANIZACIONES PÚBLICAS, PRIVADAS Y ONG. (TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS EN LAS ORGANIZACIONES).

INVESTIGACION:

; ENTIENDE LA LÓGICA DE LOS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE UNA PERSPECTIVA CENTRADA EN LOS ELEMENTOS COMUNES A TODOS ELLOS, INDEPENDIENTEMENTE DE LA NATURALEZA CUANTITATIVA O CUALITATIVA DE LAS TÉCNICAS DE RECOGIDA Y DE ANÁLISIS DE DATOS PARA EL DESARROLLO DE INVESTIGACIONES INTERDISCIPLINARES. (HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL).

; DISTINGUE LA ESTRUCTURA DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE DIVERSAS TÉCNICAS DE ANÁLISIS PARA UNA CORRECTA APLICACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS O LOS OBJETOS DE ESTUDIO, (HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL).

; RELACIONA CRÍTICAMENTE LOS PROCESOS POLÍTICO-?LECTORALES PARA LA COMPRENSIÓN DE LAS CONSECUENCIAS SOCIOPOLÍTICAS EN EL CONTEXTO CONTEMPORÁNEO (HERRAMIENTAS DE MARKETING POLÍTICO).

; DESARROLLA UNA METODOLOGÍA CUANTITATIVA ESTRATÉGICA A TRAVÉS DE UN DIAGNÓSTICO DE OBJETIVOS DE ANÁLISIS Y DE ACCIÓN EN LOS CAMPOS DE LA CONSULTORÍA, LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA TRANSPARENCIA INSTITUCIONAL PAR¿ EL CORRECTO ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN. (TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING INSTITUCIONAL Y CONSULTORÍA POLÍTICA).

; DESARROLLA UN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA TRANSPARENCIA CON CARÁCTER ESPECIALIZADO Y DE ALTO VALOR AÑADIDO (TRABAJO DE TITULACIÓN).

; DESARROLLA UN ARTÍCULO CIENTÍFICO EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA TRANSPARENCIA CON CARÁCTER ESPECIALIZADO Y DE ALTO VALOR AÑADIDO (TRABAJO DE TITULACIÓN).

SABER CONOCER:

CONOCIMIENTO

; SINTETIZA LAS TEORÍAS MÁS RELEVANTES EN EL ÁMBITO DEL COMPORTAMIENTO DE INSTITUCIONES, SISTEMAS POLÍTICOS Y MEDIÁTICOS, ORGANIZACIONES Y CIUDADANOS, MEDIANTE UN PROCESO DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL PARA LA CONSTRUCCIÓN INTEGRAL DE LA REALIDAD SOCIAL, ECONÓMICA Y POLÍTICA NACIONAL E INTERNACIONAL. (FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA)

; CONSTRUYE SITUACIONES COMPLEJAS EN EL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE LA COMPRENSIÓN DE LA TEORÍA DE LA AGENDA-SETTING (AGENDA POLÍTICA, MEDIÁTICA Y PÚBLICA), AGENDA BUILDING, DEL PRIMING Y DEL FRAMING, PARA UN CORRECTO EQUILIBRIO DE LOS ACTORES QUE PARTICIPAN EN EL PROCESO DIALÓGICO. (FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA).

; INTERIORIZA LAS TEORÍAS PROPIAS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, MEDIANTE EL ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS ESTRATÉGICOS. PEDAGÓGICOS E INVESTIGATIVOS PARA SU EFICAZ APLICACIÓN EN TOMAS DE DECISIONES Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN ORGANIZACIONES COMPLEJAS, (COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL).

; DELIMITA LAS TEORÍAS MÁS IMPORTANTES SOBRE LA POLÍTICA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, MEDIANTE UNA VISIÓN BÁSICA Y COMPARADA DE AMBOS AGENTES PARA UNA VISIÓN CRÍTICA E INFORMADA DE LA AGENDA MEDIÁTICA. (MEDIOS Y OPINIÓN PÚBLICA)

; ADQUIERE CONOCIMIENTOS ACTUALIZADOS SOBRE INVESTIGACIONES EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, EL MARKETING Y LA CONSULTORÍA, MEDIANTE UNA REVISIÓN TEÓRICO-PRÁCTICA, PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS COMUNICACIONALES EN ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS. (DISEÑO E INVESTIGACIÓN DE CAMPAÑAS)

; DELIMITA LAS DIFERENCIAS Y SIMILITUDES DE LOS DISTINTOS CAMPOS DEL MARKETING, DE LA CONSULTORÍA Y DE LA COMUNICACIÓN (EMPRESARIAL, ORGANIZACIONAL, INSTITUCIONAL Y POLÍTICA) MEDIANTE UN ESTUDIO DE CASO PARA LA CORRECTA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS. (DISEÑO E INVESTIGACIÓN DE CAMPAÑAS)

; APLICA LA METODOLOGÍA EN EL ÁMBITO DE LAS CIENCIAS SOCIALES, MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES FASES DE LA INVESTIGACIÓN PARA UN PERTINENTE ENCUADRAMIENTO DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. (TEORÍAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN).

; DELIMITA EL OBJETO DE ANÁLISIS CONCRETO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y DE LOS MÉTODOS UTILIZADOS, MEDIANTE UN DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN PERTINENTE PARA UNA CORRECTA CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS. (TEORÍAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN).

; GESTIONA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA, MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS DESARROLLADOS PARA TAL EFECTO, PARA EL ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE CAMBIOS SOCIALES. (HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL).

; CONSTRUYE CONOCIMIENTO A PARTIR DE LA INTEGRACIÓN DE LENGUAJES DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, PARA LA CONSOLIDACIÓN DEL PENSAMIENTO CRÍTICO EN EL FUNCIONAMIENTO ADECUADO DE LA ACADEMIA. (MEDIOS Y OPINIÓN PÚBLICA).

PROFESIÓN

; APLICA AL CONTEXTO REAL LOS PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, MEDIANTE UNA REVISIÓN TEÓRICA PARA SU IMPLEMENTACIÓN ÉTICA EN TODO TIPO DE ORGANIZACIONES PÚBLICAS, PRIVADAS Y ONG. (GESTIÓN DE CRISIS EN ORGANIZACIONES) O INDAGA LA PROBLEMÁTICA DERIVADA DE LA LEY DE HIERRO DE LAS OLIGARQUÍAS Y LA CRISIS DE LEGITIMIDAD DE LAS INSTITUCIONES MEDIANTE UN DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN REAL EN ECUADOR, PARA EL AVANCE EN EL ÁMBITO DE LA TRANSPARENCIA Y LA ADECUACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS A LAS DEMANDAS CIUDADANAS. (TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS EN LAS ORGANIZACIONES)

; INVESTIGA LOS PROCESOS POLÍTICOS RELEVANTES Y SU CONTEXTO, EN BASE A LOS PRINCIPIOS DEL MARKETING Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA LA EVALUACIÓN DE SITUACIONES COMPLEJAS, TENIENDO EN CUENTA A LOS DIFERENTES ACTORES Y AGENTES DE CADA SITUACIÓN. (GOBIERNOS Y CAMPAÑAS).

; ANALIZA LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA MEDIANTE EL CONOCIMIENTO DE LAS RELACIONES ENTRE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, ADMINISTRACIONES, INSTITUCIONES, ORGANIZACIONES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA, PARA LA MEDICIÓN DE LA CONEXIÓN ENTRE PODER Y OPINIÓN PÚBLICA. (ESCENARIOS ELECTORALES).

; DOMINA LAS TÉCNICAS QUE PERMITEN LA OBTENCIÓN INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE SITUACIONES, MEDIANTE LA INTERPRETACIÓN DE MATRICES DE DATOS, PARA LA BÚSQUEDA DE SOLUCIONES EN CONTEXTOS CRÍTICOS EN EL ÁMBITO SOCIAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO. (TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING INSTITUCIONAL Y CONSULTORÍA POLÍTICA)

; DISEÑA PLANES DE MODELIZACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES MEDIANTE ESTUDIOS DE CASO PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS. (GOBIERNOS Y CAMPAÑAS)

; EXPLORA HERRAMIENTAS DE E-GOBIERNO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE SOFTWARE ESPECIALIZADO PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS Y EL EMPODERAMIENTO CIUDADANO (POLÍTICA Y COMUNICACIÓN 2.0)
; APLICA LAS TECNOLOGÍAS MÁS AVANZADAS EN LA GESTIÓN DE LA CONSULTORÍA ORIENTADA A LOS GOBIERNOS Y A LAS CAMPAÑAS EN EL ENTORNO 2.0 MEDIANTE UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA, PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS INTEGRALES DE MARKETING VIRAL, INTERACTIVO, EN REDES SOCIALES Y SEMSEO (POLÍTICA Y COMUNICACIÓN 2.0).
INVESTIGACIÓN
; DESCRIBE LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS AVANZADAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL, POLÍTICA Y DE MERCADO EN EL ÁMBITO DEL MARKETING Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA, MEDIANTE UNA REDACCIÓN ACADÉMICA PARA SU APLICACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA PROFESIÓN. (TEORÍAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN).
; DESARROLLA HERRAMIENTAS ÚTILES PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO Y DE DISCURSO MEDIANTE LA CONSTRUCCIÓN DE FICHAS DE ANÁLISIS PARA LA CORRECTA Y ÉTICA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA (ESCENARIOS ELECTORALES)
; ESTRUCTURA DISEÑOS METODOLÓGICOS DE INVESTIGACIÓN AVANZADOS A TRAVÉS DE APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE NEURO COMUNICACIÓN PARA EL DISEÑO DE CAMPAÑAS ORGANIZACIONALES. (POLÍTICA Y COMUNICACIÓN 2.0)
; EXTRAE MATRICES, CORRELACIONES O REGRESIONES LOGÍSTICAS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DEL PROGRAMA SPSS PARA LOS ANÁLISIS DE LOS DISTINTOS TIPOS DE MERCADO (HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL)
; DESARROLLA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UN MAPA INTERACTIVO PARA EL APOYO A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TRANSPARENCIA. (TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS EN LAS ORGANIZACIONES)
; ANALIZA EL SISTEMA DEMOCRÁTICO REPRESENTATIVO MEDIANTE LA DETERMINACIÓN DE NUEVAS ESTRUCTURAS Y ACTORES PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA NUEVA AGENDA PÚBLICA. (GOBIERNOS Y CAMPAÑA)
S
SER:
DIÁLOGO DE SABERES
; CONSTRUYE UN IMAGINARIO SOCIAL DEL CONOCIMIENTO MEDIANTE EL INTERCAMBIO DE IDEAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CONVIVENCIA INTEGRAL. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)
; ESTUDIA EL DESARROLLO DE ESPACIOS PÚBLICOS DE CONVIVENCIA MEDIANTE LA INTERIORIZACIÓN DE LOS VALORES ÉTICOS Y CRISTIANOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DIÁLOGO DE SABERES. (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN)
INTERCULTURALIDAD
; IDENTIFICA LOS DERECHOS COLECTIVOS A TRAVÉS DE LA POTENCIACIÓN DE LA PLURINACIONALIDAD Y PLURICULTURALIDAD PARA LA PROMOCIÓN DE LA INCLUSIÓN SOCIAL. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)
; FOMENTA UNA COMUNICACIÓN LIBRE, INTERCULTURAL, INCLUYENTE, DIVERSA Y PARTICIPATIVA POR CUALQUIER MEDIO Y FORMA EN SU PROPIA LENGUA Y CON SUS PROPIOS SÍMBOLOS, PARA EL DESARROLLO DE INVESTIGACIONES INCLUYENTES (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN)
; CREA MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y EDUCATIVOS MEDIANTE EL RESPETO Y EL RECONOCIMIENTO DE LA DIVERSIDAD PARA EL EJERCICIO DE LOS DERECHOS COLECTIVOS DE LAS NACIONALIDADES Y LOS PUEBLOS INDÍGENAS, AFRO ECUATORIANOS Y MONTUBIOS. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)
PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO
; EXAMINA LA RESPONSABILIDAD COMO ELEMENTO BÁSICO PARA ASUMIR TAREAS Y COMPROMISOS COLECTIVOS. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)
; DESARROLLA LA ÉTICA INVESTIGATIVA COMO PRINCIPIO VERTEBRAL A LA HORA DE AFRONTAR LOS PROBLEMAS DERIVADOS DE LA APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS, MEDIANTE LA TOLERANCIA Y ACTITUD ABIERTA PARA RESPETAR POSTURAS U OPINIONES DIFERENTES A LA PROPIA. (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN).
RESPECTO A LOS DERECHOS DEL BUEN VIVIR
; FORTALECE LA INCLUSIÓN Y COHESIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LA INTERIORIZACIÓN DE LAS TEORÍAS SOBRE CONVIVENCIA PACÍFICA Y LA CULTURA DE PAZ PARA ERRADICAR TODA FORMA DE DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA PARA EL DESARROLLO DEL BIEN COMÚN. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)
; GENERA MECANISMOS DE DIFUSIÓN Y CONCIENCIACIÓN DE DEBERES, MEDIANTE LA ASUNCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD Y DE RESPETO A LA DIVERSIDAD, PARA FORTALECER LOS PROGRAMAS DE PREVENCIÓN A LA VULNERACIÓN DE DERECHOS. (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN).
EN RESUMEN, AL FINALIZAR EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA, LOS MAESTRANTES ESTARÁN EN CAPACIDAD DE:
; ANALIZAR LAS ESTRUCTURAS FORMALES E INFORMALES DE TODO TIPO DE ORGANIZACIONES, TANTO PÚBLICAS, COMO PRIVADAS, INCLUIDOS LOS PARTIDOS. ES DECIR, SE TENDRÁ CAPACIDAD PARA REALIZAR INVESTIGACIONES QUE SE CENTRAN EN EL ANÁLISIS DEL MENSAJE (AGENDA POLÍTICA U ORGANIZACIONAL), EN PROCESOS POLÍTICOS, INSTITUCIONALES O MEDIÁTICOS, ASÍ COMO EN LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DESARROLLADAS.
; INVESTIGAR LOS PROCESOS DE MEDIACIÓN DEL MENSAJE REALIZADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AGENDA MEDIÁTICA), EN LOS QUE SE INCLUYEN LA ¡ELACIÓN ENTRE PODER POLÍTICO Y PODER MEDIÁTICO, LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN, EL PERIODISMO POLÍTICO, LA OPINIÓN PUBLICADA Y LA SOCIOLOGÍA REDACCIONAL DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS.
; INTERPRETAR LOS ESTUDIOS CENTRADOS EN LOS EFECTOS DEL MENSAJE EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA (AGENDA PÚBLICA), COMPRENDIENDO LAS ACTITUDES POLÍTICAS A TRAVÉS DE ENCUESTAS, FOMENTANDO LA EDUCACIÓN CÍVICA O INVESTIGANDO LAS DEMANDAS GENERALES Y SECTORIALES PARA LA REORIENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS. IGUALMENTE, SE ESTARÁ EN CAPACIDAD DE FOMENTAR MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN A TRAVÉS DE LAS TECNOLOGÍAS APLICADAS PARA EL DESARROLLO DE UNA DEMOCRACIA INCLUSIVA Y PARTICIPATIVA.
; FOMENTAR POLÍTICAS DE TRANSPARENCIA ESTO ES, IMPULSAR PROCESOS DE MEJORA EN LA COMUNICACIÓN

INSTITUCIONES-CIUDADANÍA A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN PARA EL CUMPLIMIENTO DE LO LEGALMENTE EXIGIDO Y DE LO ÉTICAMENTE DEMANDADO. EN ESTE SENTIDO, SE DESARROLLARÁN METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN NOVEDOSAS QUE SE PONDRÁ A DISPOSICIÓN DE, POR UNA PARTE, ORGANIZACIONES PARA SU AUTOEVALUACIÓN, Y POR LA OTRA, A CIUDADANOS PARA LA FISCALIZACIÓN.

ER:

DIÁLOGO DE SABERES

; CONSTRUYE UN IMAGINARIO SOCIAL DEL CONOCIMIENTO MEDIANTE EL INTERCAMBIO DE IDEAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CONVIVENCIA INTEGRAL. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)

; ESTUDIA EL DESARROLLO DE ESPACIOS PÚBLICOS DE CONVIVENCIA MEDIANTE LA INTERIORIZACIÓN DE LOS VALORES ÉTICOS Y CRISTIANOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DIÁLOGO DE SABERES. (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN)

INTERCULTURALIDAD

; IDENTIFICA LOS DERECHOS COLECTIVOS A TRAVÉS DE LA POTENCIACIÓN DE LA PLURINACIONALIDAD Y PLURICULTURALIDAD PARA LA PROMOCIÓN DE LA INCLUSIÓN SOCIAL. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)

; FOMENTA UNA COMUNICACIÓN LIBRE, INTERCULTURAL, INCLUYENTE, DIVERSA Y PARTICIPATIVA POR CUALQUIER MEDIO Y FORMA EN SU PROPIA LENGUA Y CON SUS PROPIOS SÍMBOLOS, PARA EL DESARROLLO DE INVESTIGACIONES INCLUYENTES (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN)

; CREA MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y EDUCATIVOS MEDIANTE EL RESPETO Y EL RECONOCIMIENTO DE LA DIVERSIDAD PARA EL EJERCICIO DE LOS DERECHOS COLECTIVOS DE LAS NACIONALIDADES Y LOS PUEBLOS INDÍGENAS, AFRO ECUATORIANOS Y MONTUBIOS. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)

PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO

; EXAMINA LA RESPONSABILIDAD COMO ELEMENTO BÁSICO PARA ASUMIR TAREAS Y COMPROMISOS COLECTIVOS. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)

; DESARROLLA LA ÉTICA INVESTIGATIVA COMO PRINCIPIO VERTEBRAL A LA HORA DE AFRONTAR LOS PROBLEMAS DERIVADOS DE LA APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS, MEDIANTE LA TOLERANCIA Y ACTITUD ABIERTA PARA RESPETAR POSTURAS U OPINIONES DIFERENTES A LA PROPIA. (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN).

RESPECTO A LOS DERECHOS DEL BUEN VIVIR

; FORTALECE LA INCLUSIÓN Y COHESIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LA INTERIORIZACIÓN DE LAS TEORÍAS SOBRE CONVIVENCIA PACÍFICA Y LA CULTURA DE PAZ PARA ERRADICAR TODA FORMA DE DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA PARA EL DESARROLLO DEL BIEN COMÚN. (ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL)

; GENERA MECANISMOS DE DIFUSIÓN Y CONCIENCIACIÓN DE DEBERES, MEDIANTE LA ASUNCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD Y DE RESPETO A LA DIVERSIDAD, PARA FORTALECER LOS PROGRAMAS DE PREVENCIÓN A LA VULNERACIÓN DE DERECHOS. (ÉTICA PROFESIONAL Y EN LA INVESTIGACIÓN).

EN RESUMEN, AL FINALIZAR EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA, LOS MAESTRANTES ESTARÁN EN CAPACIDAD DE:

; ANALIZAR LAS ESTRUCTURAS FORMALES E INFORMALES DE TODO TIPO DE ORGANIZACIONES, TANTO PÚBLICAS, COMO PRIVADAS, INCLUIDOS LOS PARTIDOS. ES DECIR, SE TENDRÁ CAPACIDAD PARA REALIZAR INVESTIGACIONES QUE SE CENTRAN EN EL ANÁLISIS DEL MENSAJE (AGENDA POLÍTICA U ORGANIZACIONAL), EN PROCESOS POLÍTICOS, INSTITUCIONALES O MEDIÁTICOS, ASÍ COMO EN LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DESARROLLADAS.

; INVESTIGAR LOS PROCESOS DE MEDIACIÓN DEL MENSAJE REALIZADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AGENDA MEDIÁTICA), EN LOS QUE SE INCLUYEN LA ¡ELACIÓN ENTRE PODER POLÍTICO Y PODER MEDIÁTICO, LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN, EL PERIODISMO POLÍTICO, LA OPINIÓN PUBLICADA Y LA SOCIOLOGÍA REDACCIONAL DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS.

; INTERPRETAR LOS ESTUDIOS CENTRADOS EN LOS EFECTOS DEL MENSAJE EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA (AGENDA PÚBLICA), COMPRENDIENDO LAS ACTITUDES POLÍTICAS A TRAVÉS DE ENCUESTAS, FOMENTANDO LA EDUCACIÓN CÍVICA O INVESTIGANDO LAS DEMANDAS GENERALES Y SECTORIALES PARA LA REORIENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS. IGUALMENTE, SE ESTARÁ EN CAPACIDAD DE FOMENTAR MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN A TRAVÉS DE LAS TECNOLOGÍAS APLICADAS PARA EL DESARROLLO DE UNA DEMOCRACIA INCLUSIVA Y PARTICIPATIVA.

; FOMENTAR POLÍTICAS DE TRANSPARENCIA ESTO ES, IMPULSAR PROCESOS DE MEJORA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONES-CIUDADANÍA A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN PARA EL CUMPLIMIENTO DE LO LEGALMENTE EXIGIDO Y DE LO ÉTICAMENTE DEMANDADO. EN ESTE SENTIDO, SE DESARROLLARÁN METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN NOVEDOSAS QUE SE PONDRÁ A DISPOSICIÓN DE, POR UNA PARTE, ORGANIZACIONES PARA SU AUTOEVALUACIÓN, Y POR LA OTRA, A CIUDADANOS PARA LA FISCALIZACIÓN.

Objeto de estudio:

EL OBJETO DE ESTUDIO ES LA INVESTIGACIÓN DENTRO DEL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA (ESTRUCTURA CONCEPTUAL), FORTALECIENDO LA COMPRENSIÓN DE LOS PROCESOS POLÍTICOS, SOCIALES Y ORGANIZACIONALES (OBJETO), A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURAS Y ACCIONES COMUNICATIVAS FORMALES E INFORMALES (ESTRUCTURA PROCEDIMENTAL) DE LOS ACTORES LEGITIMADOS PARA INTERVENIR EN DICHO PROCESO: ORGANIZACIONES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA (SUJETOS).

Modalidad titulación:

TESIS; CERTIFICACIÓN DE PRESENTACIÓN DE UN ARTÍCULO CIENTÍFICO EN UNA REVISTA INDEXADA