

**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 11-05-2021

**Detalle de la carrera**

IES: UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Siglas: UDLA
Código sniese: 1040
Tipo de financiamiento: PARTICULAR AUTOFINANCIADA
Sitio web: <https://www.udla.edu.ec/>
Tipo de IES: UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado de la carrera: VIGENTE
Tipo de carrera: TERCER NIVEL
Campo amplio: CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
Campo específico: PERIODISMO E INFORMACIÓN
Campo detallado: PERIODISMO, COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD
Programa: COMUNICACIÓN
Título que otorga: LICENCIADO/A EN COMUNICACIÓN
Codificación: 1040-650321B01
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: QUITO
Duración: 9
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 342,00
Valor del arancel: \$ 3.423,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-24-NO.476-2017
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2017-07-12
Año de aprobación: 2017
Años de vigencia: 6 años.
Vigente hasta: 2023-07-12
N° de estudiantes por paralelo: 40 estudiantes.

Convenio con otras entidades:

- CONVENIO DE PASANTÍAS ENTRE COMPANÍA ANÓNIMA EL UNIVERSO Y LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS Y FUNDACIÓN DR. OSWALDO LOOR MOREIRA
- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL SOBRE PASANTÍAS ENTRE EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR Y LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
- CONVENIO DE PASANTÍAS ENTRE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS Y BAYER S.A.
- CONVENIO ENTRE DINERS CLUB DEL ECUADOR S.A. Y LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

N° de horas: 7.328 Horas.

**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 11-05-2021



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE

- APROBAR EL PROCESO DE ADMISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS (INTERNO)

Objetivo general:

LA CARRERA DE COMUNICACIÓN CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS TIENE COMO OBJETIVO FORMAR A LOS ESTUDIANTES A TRAVÉS DE UNA METODOLOGÍA INTERDISCIPLINARIA Y HOLÍSTICA PARA QUE RESPONDAN A LAS DEMANDAS Y NECESIDADES SOCIALES Y LABORALES NACIONALES, REGIONALES E INTERNACIONALES CON SUS COMPETENCIAS, DESTREZAS Y HABILIDADES VINCULANDO FUNDAMENTOS TEÓRICOS, PRÁCTICA PROFESIONAL E INVESTIGACIÓN. ADEMÁS, ELABORA MODELOS DE APRENDIZAJE QUE APORTAN E IMPACTAN A LA SOCIEDAD DE NUESTRO PAÍS, PLANIFICA E IMPLEMENTA PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN EN SITUACIONES Y ENTORNOS COMUNICACIONALES QUE APORTEN COMO MODELOS DE GESTIÓN. CONTRIBUYE AL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO BASADO EN EL ESTUDIANTE CON EL FIN DE FORTALECER EL PENSAMIENTO CRÍTICO, FLEXIBLE E INCLUSIVO, QUE GENERA CIMIENTOS PROFESIONALES Y HACE DE LOS ESTUDIANTES CONOCEDORES DE LA REALIDAD SOCIAL Y COMUNICATIVA DISPUESTOS A FOMENTAR LA MULTICULTURALIDAD Y LA DIVERSIDAD.

Perfil de ingreso:

- I) CLARA COMPRENSIÓN DE SU REALIDAD SOCIAL,

- II) CLARA COMPRENSIÓN DE SU REALIDAD NATURAL,

- III) DESTREZAS EN EL USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS,

- IV) DESTREZAS EN EL RAZONAMIENTO NUMÉRICO,

- V) DESTREZAS EN LA COMUNICACIÓN EFECTIVA

- VI) DESTREZAS EN EL PENSAMIENTO RIGUROSO.

Perfil de egreso:

A CONTINUACIÓN, SE PRESENTA EL PERFIL DE EGRESO Y LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS COMO INSTITUCIÓN EN SU TOTALIDAD. EL PERFIL DE EGRESO HA SIDO DEFINIDO EN FUNCIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE NECESARIOS PARA DESENVOLVERSE EN LA PROFESIÓN, UN ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL PERFIL DE EGRESO ANTERIOR, A TRAVÉS DE UN ESTUDIO COMPLETO CON TODOS LOS ACTORES INTERNOS Y EXTERNOS (ESTUDIANTES, DOCENTES, GRADUADOS, EMPLEADORES Y PROFESIONALES). EL ESTUDIO SE HA DESARROLLADO EN DOS FASES Y CON METODOLOGÍAS CUANTITATIVA Y CUALITATIVA, ESTÁ INCLUIDO EN ANEXO.

PERFIL DE EGRESO DE COMUNICACIÓN CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA EL COMUNICADOR CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS ES UN PROFESIONAL CREATIVO Y CON VISIÓN GLOBAL, CAPAZ DE ESTRUCTURAR LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CON EL FIN DE GESTIONAR SUS INTANGIBLES POR MEDIO DE LA ARMONIZACIÓN Y ARTICULACIÓN DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES CON LAS NECESIDADES DE LOS DIVERSOS PÚBLICOS, ENTENDIENDO DE MANERA CRÍTICA LA COMPLEJIDAD DEL ENTORNO.

EL GRADUADO DE LA CARRERA DISEÑA PLANES, PROGRAMAS Y ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE COMUNICACIÓN, ENFOCADOS EN LA IDENTIDAD, CULTURA, IMAGEN Y REPUTACIÓN. DESARROLLA PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, CON BASE EN METODOLOGÍAS CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS.

- ELABORA PRODUCTOS COMUNICACIONALES IMPRESOS O DIGITALES PARA APLICARLOS EN ENTORNOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRA LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA EL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS.

ADEMÁS, ES CAPAZ DE ASESORAR A LAS ORGANIZACIONES EN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS O

PROYECTOS DE

RELACIONES PÚBLICAS, CABILDEO, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y MANEJO DE CRISIS, ASÍ COMO EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

- EL GRADUADO DE LA CARRERA, ALCANZA EL GRADO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA.

SE ESPERA QUE SEA UN PROFESIONAL, ÉTICO, PROACTIVO Y REFLEXIVO QUE EVIDENCIE UN PENSAMIENTO CRÍTICO, ANALÍTICO Y COLABORATIVO;

CON UN DESEO PERMANENTE DE ACTUALIZACIÓN, COMPROMISO CON LA EXCELENCIA Y UNA ACTITUD DE SERVICIO A LA COLECTIVIDAD.

- LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA EL GRADUADO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA:

RC 1. DISEÑA PLANES, PROGRAMAS Y ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE COMUNICACIÓN PARA ORGANIZACIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO, CON Y SIN FINES DE LUCRO, EN RELACIÓN A LA IDENTIDAD, CULTURA, IMAGEN Y REPUTACIÓN.

RC 2. DESARROLLA PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, CON BASE EN METODOLOGÍAS CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS.

RC 3. ELABORA PRODUCTOS COMUNICACIONALES IMPRESOS O DIGITALES PARA APLICARLOS EN ENTORNOS ORGANIZACIONALES.

RC 4. ADMINISTRA CON SENTIDO CRÍTICO LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMUNICACIONALES.

RC 5. ASESORA A LAS ORGANIZACIONES EN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS O PROYECTOS DE RELACIONES PÚBLICAS, CABILDEO, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y MANEJO DE CRISIS, ASÍ COMO EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

RC 6. APLICA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y OTRAS DISCIPLINAS DE LAS CIENCIAS SOCIALES DE MANERA CRÍTICA Y ANALÍTICA PARA ENTENDER EL FUNCIONAMIENTO COMUNICACIONAL DE LAS ORGANIZACIONES.

ADICIONAL AL PERFIL ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y EN ALINEACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE PROPIOS DE LA CARRERA, EXISTEN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE TRANSVERSALES QUE DEBEN DESARROLLAR TODOS LOS GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, INDEPENDIENTE DE SU CARRERA.

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE INSTITUCIONALES

RI 1. PIENSA CRÍTICAMENTE Y DEMUESTRA SU CAPACIDAD PARA ANALIZAR INFORMACIÓN Y HECHOS, EVALÚA IDEAS Y ALTERNATIVAS PROPIAS Y DE OTROS, DESDE DIFERENTES PUNTOS DE VISTA; Y RESUELVE PROBLEMAS DESDE UNA POSTURA FUNDAMENTADA EN UN CONTEXTO DETERMINADO A FIN DE ARTICULAR SOLUCIONES BASADAS EN ARGUMENTOS VÁLIDOS, EN CONCEPTOS Y EVIDENCIAS.

RI 2. POSEE PERICIA DENTRO DE SU ESPECIALIDAD CON CONOCIMIENTOS PERTINENTES Y CON EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE LA CARRERA ELEGIDA, ASÍ COMO DE LAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO VINCULADAS A ELLA.

RI 3. INNOVA Y CREA, CON UNA VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y SU ROL EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL, SOCIAL, CULTURAL, AMBIENTAL, Y EN SUS DIVERSAS ÁREAS.

RI 4. DEMUESTRA AUTONOMÍA Y ORIENTACIÓN HACIA EL LOGRO EN LA TOMA DE DECISIONES Y EN SUS ACCIONES, BASADAS EN LA ÉTICA PROFESIONAL.

RI 5. TRABAJA DE MANERA COLABORATIVA, ORIENTADO HACIA UN OBJETIVO COMÚN, EN EL QUE VALORA Y RESPETA LA PARTICIPACIÓN DE LOS OTROS, CON UN SENTIDO DE COLABORACIÓN Y EMPATÍA QUE, A LA VEZ, POTENCIALIZA ROLES INDIVIDUALES.

RI 6. IDENTIFICA LOS DEBERES Y DERECHOS CIUDADANOS; RECONOCE LA DIVERSIDAD CULTURAL; RESPETA LAS PERSPECTIVAS Y CAPACIDADES DIVERSAS, LA ORIENTACIÓN SEXUAL, LAS DIFERENCIAS DE GÉNERO Y DE ETNIA, PARA

FOMENTAR LA INCLUSIÓN Y EL BENEFICIO COMÚN. ES CONSCIENTE DE SUS DERECHOS Y OBLIGACIONES COMO SER HUMANO Y COMO PROFESIONAL.

RI 7. APLICA UNA VISIÓN INTERCULTURAL Y GLOBAL, A TRAVÉS DE LA INTERACCIÓN DE SABERES Y DE LENGUAJES, Y DE LA VALORACIÓN DE LAS DIVERSAS IDENTIDADES CULTURALES.

RI 8. SE COMUNICA EFECTIVAMENTE EN ESPAÑOL E INGLÉS, LOS DOS IDIOMAS PRINCIPALES DE LA UDLA, EN SUS CUATRO DIMENSIONES:
ESCUCHAR, HABLAR, LEER, Y ESCRIBIR.

RI 9. UTILIZA LA TECNOLOGÍA ADECUADAMENTE, CON SENTIDO CRÍTICO Y DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO, PARA VARIOS PROPÓSITOS COMUNICACIONALES RELACIONADOS CON EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN ACADÉMICA, PROFESIONAL Y PERSONAL, EN COLABORACIÓN CON LA COMUNIDAD.

RI 10. CONTRIBUYE EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN, DOCUMENTA SUS RESULTADOS CON RIGOR ACADÉMICO, Y CUMPLE CON LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE LA INTEGRIDAD PERSONAL Y ACADÉMICA.

RI 11. APLICA EL RAZONAMIENTO LÓGICO Y MATEMÁTICO PARA RESOLVER RETOS COMPLEJOS, ASÍ COMO PROBLEMAS COTIDIANOS (MODELO EDUCATIVO 2015).

EL PERFIL DE EGRESO DE COMUNICACIÓN CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA RESPONDE A LAS NECESIDADES PREVIAMENTE IDENTIFICADAS A TRAVÉS DEL ESTUDIO DE PERTINENCIA Y LAS CONSULTAS CON PROFESIONALES, EMPLEADORES Y GRADUADOS, ASÍ COMO CON LOS ESTUDIANTES Y DOCENTES DE LA CARRERA. LA MALLA CURRICULAR PERMITE VER TODAS LAS ASIGNATURAS PROPIAS DE LA CARRERA, ASÍ COMO LAS ASIGNATURAS DE FORMACIÓN GENERAL, Y A PARTIR DEL CUARTO PERIODO ACADÉMICO, LAS ASIGNATURAS DEL ITINERARIO ACADÉMICO QUE PERMITA CONSOLIDAR EL ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA.

TODAS ESTAS APORTAN AL DESARROLLO PROGRESIVO DEL PERFIL DE EGRESO Y A LOS CONTENIDOS ANTES MENCIONADOS, A TRAVÉS DE LA SECUENCIACIÓN DEL APRENDIZAJE DURANTE LOS NUEVE PERIODOS ACADÉMICOS DE LA CARRERA.

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE TRANSVERSALES DE LOS GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, EN RELACIÓN AL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES Y ACTITUDES DE LOS FUTUROS PROFESIONALES PARA CONSOLIDAR SUS VALORES REFERENTES A LA PERTINENCIA, LA INCONCIENCIA, LA PARTICIPACIÓN RESPONSABLE, LA HONESTIDAD, Y OTROS, SON:

RI 3. INNOVA Y CREA, CON UNA VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y SU ROL EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL, SOCIAL, CULTURAL, AMBIENTAL, Y EN SUS DIVERSAS ÁREAS.

RI 4. DEMUESTRA AUTONOMÍA Y ORIENTACIÓN HACIA EL LOGRO EN LA TOMA DE DECISIONES Y EN SUS ACCIONES, BASADAS EN LA ÉTICA PROFESIONAL.

RI 5. TRABAJA DE MANERA COLABORATIVA, ORIENTADO HACIA UN OBJETIVO COMÚN, EN EL QUE VALORA Y RESPETA LA PARTICIPACIÓN DE LOS OTROS, CON UN SENTIDO DE COLABORACIÓN Y EMPATÍA QUE, A LA VEZ, POTENCIALIZA ROLES INDIVIDUALES.

RI 6. IDENTIFICA LOS DEBERES Y DERECHOS CIUDADANOS; RECONOCE LA DIVERSIDAD CULTURAL; RESPETA LAS PERSPECTIVAS Y CAPACIDADES DIVERSAS, LA ORIENTACIÓN SEXUAL, LAS DIFERENCIAS DE GÉNERO Y DE ETNIA, PARA FOMENTAR LA INCLUSIÓN Y EL BENEFICIO COMÚN. ES CONSCIENTE DE SUS DERECHOS Y OBLIGACIONES COMO SER HUMANO Y COMO PROFESIONAL.

RI 7. APLICA UNA VISIÓN INTERCULTURAL Y GLOBAL, A TRAVÉS DE LA INTERACCIÓN DE SABERES Y DE LENGUAJES, Y DE LA VALORACIÓN DE LAS DIVERSAS IDENTIDADES CULTURALES.

RI 8. SE COMUNICA EFECTIVAMENTE EN ESPAÑOL E INGLÉS, LOS DOS IDIOMAS PRINCIPALES DE LA UDLA, EN SUS CUATRO DIMENSIONES:
ESCUCHAR, HABLAR, LEER, Y ESCRIBIR.

EN CUANTO A LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE PROPIOS DE LA CARRERA, SE CONTEMPLA:

RC 1. DISEÑA PLANES, PROGRAMAS Y ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE COMUNICACIÓN PARA ORGANIZACIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO, CON Y SIN FINES DE LUCRO, EN RELACIÓN A LA IDENTIDAD, CULTURA, IMAGEN Y REPUTACIÓN.

RC 5. ASESORA A LAS ORGANIZACIONES EN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS O PROYECTOS DE RELACIONES PÚBLICAS, CABILDEO, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y MANEJO DE CRISIS, ASÍ COMO EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

RC 6. APLICA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y OTRAS DISCIPLINAS DE LAS CIENCIAS SOCIALES DE MANERA CRÍTICA Y ANALÍTICA PARA ENTENDER EL FUNCIONAMIENTO COMUNICACIONAL DE LAS ORGANIZACIONES.

Objeto de estudio:

CONSTITUYE EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA CARRERA LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO, CON Y SIN FINES DE LUCRO, PARA COMPRENDER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN ENFOCADOS EN LA IDENTIDAD, CULTURA, IMAGEN Y REPUTACIÓN. EL ESTUDIO DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, PERMITE AL PROFESIONAL ASESORAR EN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS O PROYECTOS DE RELACIONES PÚBLICAS, CABILDEO, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y MANEJO DE CRISIS, ASÍ COMO EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, A PARTIR DEL DESARROLLO DE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, CON BASE EN METODOLOGÍAS CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS.

EN ESTE SENTIDO, EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA CARRERA ES AMPLIO, POSIBILITA LA GESTIÓN DE INTANGIBLES PARA GENERAR SENTIDOS, LA CREACIÓN DE UNIVERSOS SIMBÓLICOS Y SISTEMAS DE SIGNIFICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LAS INSTITUCIONES, ORGANIZACIONES Y/O EMPRESAS.

EL ESTUDIO DE LAS ORGANIZACIONES REQUIERE DE LA APLICACIÓN DE LA TEORÍA Y LA PRAXIS. PARTIENDO DESDE LOS POSTULADOS DE ALSINA (2011), LAS TEORÍAS DE COMUNICACIÓN PUEDEN SER ABORDADAS DESDE TRES PERSPECTIVAS: INTERPRETATIVA, FUNCIONALISTA Y CRÍTICA.

CADA UNA DE ELLAS COMPRENDE EL ABORDAJE DE LA COMUNICACIÓN DESDE DIFERENTES ESCUELAS Y MODELOS LOS MISMOS QUE DETERMINARÁN EL ENFOQUE QUE SE APLICARÁ EN EL ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.

DENTRO DEL CONTEXTO ECUATORIANO SE EVIDENCIA UNA TENDENCIA HACIA EL ABORDAJE DE UNA PERSPECTIVA FUNCIONALISTA DE LA COMUNICACIÓN DESDE EL RECORRIDO HISTÓRICO PLANTEADO POR ULLOA (2014). PESE A ELLO HAN EXISTIDO ESFUERZOS DESDE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN LATINOAMERICANA PARA RECUPERAR LA IMPORTANCIA DEL SER HUMANO COMO EJE DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES Y DESDE LAS PERSPECTIVAS DE KAPLÚM (1998:63) REFLEXIONAR EN TORNO A UNA PEDAGOGÍA DE LA COMUNICACIÓN QUE RESPETE LOS CONTEXTOS DE LOS ACTORES Y LOS LLEVE A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN A SER 'PROTAGONISTAS, EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA SOCIEDAD AUTÉNTICAMENTE DEMOCRÁTICA' OBTENIENDO APORTES DESDE LA PERSPECTIVA INTERPRETATIVA Y CRÍTICA.

EN TAL SENTIDO ES RELEVANTE CONSIDERAR LAS TENDENCIAS DEL CONTEXTO PERO TAMBIÉN EL RECONOCIMIENTO A LOS ACTORES DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES, POR ELLO EL ESTUDIO DE LAS ORGANIZACIONES DESDE EL ABORDAJE DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA SE ESTABLECERÁ DESDE LAS PROPUESTAS DE AUTORES COMO CAPRIOTTI (1999), COSTA (1995), VAN RIEL (1997), VILLAFANE (2012) ENTRE OTROS CON BASE EN PROPUESTAS DESDE TEORÍAS DE MANAGEMENT Y EN DIÁLOGO INDAGAR CONTRIBUCIONES DE AUTORES LATINOAMERICANOS DE COMUNICACIÓN COMO MASSONI (2012), URANGA (2008), PAPALINI (2002), SCHEINSOHN (1996).

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
- PROYECTOS INTEGRADORES
- ANÁLISIS DE CASOS