

# MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

RPC-SO-31-No. 582-2017



Universidad®  
**Ecotec**  
POSGRADO







## BIENVENIDA

---

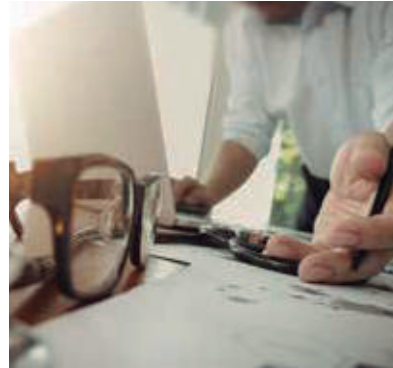
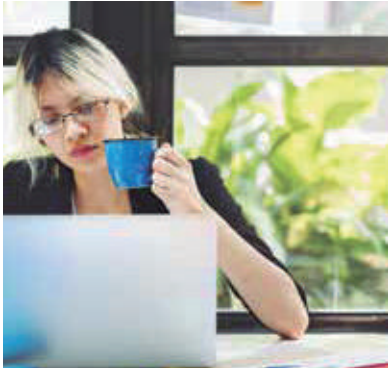
El entorno en el cual nos desarrollamos es dinámico y de constante cambio, esta realidad nos impulsa al aprendizaje de nuevos conocimientos que en el marco de desarrollo profesional lo encontramos en un programa de cuarto nivel en educación superior; por ello, ECOTEC Posgrado a través de su oferta académica de maestrías, propone a profesionales y ejecutivos una formación integral que va más allá de adquirir conocimientos, plantea una formación humanista y con sentido responsable hacia la sociedad y el medio ambiente.

Impartimos conocimiento a través de metodologías basadas en el aprendizaje activo, donde profesores y estudiantes analizan los aspectos teóricos de cada asignatura, comparten experiencias, discuten y reflexionan situaciones reales de las organizaciones. Esta metodología impulsa en nuestros maestrantes el pensamiento crítico y fomenta al desarrollo de una visión estratégica e integral de la organización y el entorno, la cual podrán poner en práctica en la vida laboral. Estos aspectos identificarán a nuestros maestrantes como agentes generadores de cambio en sus organizaciones validando la calidad académica de nuestros programas.

Bienvenidos a ECOTEC Posgrado, una oportunidad para el desarrollo profesional, personal y académico.

**Nory Pinela Morán, MBA, MSF.**

# OBJETIVOS DEL PROGRAMA



**1** Sistematizar las distintas teorías y escuelas que sustentan la comunicación estratégica de acuerdo a la cultura de las organizaciones sean estas públicas o privadas.

**2** Diagnosticar los procesos de comunicación organizacional y la gestión de los intangibles a partir de métodos sistémicos que interrelacionen la investigación cognitiva con la investigación estratégica en los diferentes contextos y entornos.



**3** Diseñar planes estratégicos de comunicación para los stakeholders, a través del desarrollo de habilidades directivas de comunicación, que respondan a las necesidades de la organización y gestion en sus valores intangibles.

**4** Organizar ambientes comunicacionales con integridad y elevado sentido ético, utilizando medios y metodologías participativas que fomenten la comunicación estratégica para la formación intercultural e integra lque promueve los derechos y el buen vivir.



## METODOLOGÍA

La metodología de enseñanza de ECOTEC Posgrado tiene un enfoque teórico – práctico y colaborativo – participativo; bajo este enfoque, conjuntamente profesores y estudiantes son constructores de conocimientos, permitiendo que el proceso de aprendizaje fomente el criterio analítico, otorgue una visión integral y global de la sociedad y sus participantes y conlleve a desarrollar las competencias profesionales de nuestros maestrantes a través de las cuales se conviertan en agentes generadores de cambio.

## COMPETENCIAS

### **El magíster en Comunicación Estratégica:**

Diseña, dirige y gestiona, con una visión estratégica, proyectos y planes de comunicación para responder colaborativamente a las necesidades de las organizaciones y de sus stakeholders en los diferentes contextos.

Diagnostica la gestión de la comunicación interna y externa mediante herramientas metodológicas, de auditoría de identidad e imagen, para contribuir en el diseño de planes estratégicos que fortalezcan los valores intangibles de la organización.

Analiza los principales enfoques teóricos y epistemológicos de la comunicación organizacional y estratégica que le permite evaluar la gestión de la comunicación y sus intangibles con pensamiento crítico, propositivo y prospectivo.

Asesora a nivel directivo en el manejo estratégico de la comunicación que integre las áreas de Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas para establecer las directrices comunicacionales en la consecución de objetivos institucionales en diferentes contextos.



## **CAMPO OCUPACIONAL**

- Director de Comunicación en organizaciones públicas, privadas y ONGs.
- Asesor a nivel directivo de estrategias de comunicación y gestión de los valores intangibles.
- Gerente de Asuntos Corporativos y Responsabilidad Social.
- Líder de proyectos de comunicación interna, externa y solución de crisis.
- Portavoz corporativo de organizaciones, responsable de la imagen y reputación.



# PLAN DE ESTUDIOS

## SEMESTRE 1

---

Cultura, Comunicación  
y Sociedad

---

Nuevos Enfoques  
de la Comunicación

---

Gestión de la Comunicación  
Externa e Interna

---

Cultura, Identidad e  
Imagen Organizacional

---

Metodología de la  
Investigación Científica

## SEMESTRE 2

---

Auditoría de Identidad  
e Imagen

---

Ética Profesional y Normativa  
Legal de la Comunicación

---

Comunicación Científica

---

Liderazgo y Marketing  
Personal

---

Gestión de las Relaciones  
Públicas en las Organizaciones

---

Marketing y Publicidad

---

## SEMESTRE 3

---

Comunicación Digital  
y Gestión de Redes Sociales

---

Gestión de Responsabilidad  
Social Corporativa

---

Planificación Estratégica  
de la Comunicación

---

Diseño de Estrategias  
de Comunicación

---

Proyectos de  
Comunicación Estratégica





# CONTENIDOS

## **CULTURA, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD**

Analizar la complejidad de lo social desde las producciones simbólicas y las mediaciones. La comunicación es concebida como un espacio trans y multidisciplinar que se vincula directamente con el fenómeno cultural en su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de información.

## **NUEVOS ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN**

Analizar las distintas posturas teóricas sobre el estudio de la comunicación en las organizaciones, en una realidad tanto local como global, con una visión crítica y analítica.

## **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA**

Analizar los procesos de comunicación interna y externa utilizados en las organizaciones, sus objetivos y características para adaptarlos a las necesidades específicas de los públicos de acuerdo a su entorno y contexto.

## **CULTURA, IDENTIDAD E IMAGEN ORGANIZACIONAL**

Proporcionar los principales fundamentos teóricos y prácticos para el estudio de los valores intangibles de la organización: cultura, identidad e imagen. Explicar los procesos de evaluación y gestión de los intangibles.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

Fundamentar los nudos conceptuales de la metodología de la investigación que permitan al estudiante el diseño metodológico de una investigación científica.

## **AUDITORÍA DE IDENTIDAD E IMAGEN**

Diagnosticar y evaluar la identidad e imagen de la organización a través de herramientas metodológicas que permitan determinar cómo es percibida la organización por sus públicos.

## **ÉTICA PROFESIONAL Y NORMATIVA LEGAL DE LA COMUNICACIÓN**

Identificar y caracterizar los componentes éticos de la comunicación, desde una visión social y responsable. Solucionar problemas ético-legales en el ámbito de la comunicación.

## **COMUNICACIÓN CIENTÍFICA**

Explicar las nociones metodológicas para la comunicación de los trabajos científicos.







### **LIDERAZGO Y MARKETING PERSONAL**

Redescubrir y desarrollar habilidades de liderazgo orientadas hacia la gestión de equipos de trabajo. Aprender a impactar al entorno proyectando una imagen profesional segura, ganadora y confiable, con técnicas que coadyuven en la presentación de ideas y así desarrollar una marca personal exitosa.

### **GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES**

Planificar, controlar y evaluar un programa de Relaciones Públicas en una organización como parte de las estrategias de comunicación dirigidas a sus grupos de interés.

### **MARKETING Y PUBLICIDAD**

Analizar y diseñar acciones de marketing y publicidad como técnicas de comunicación para impulsar el consumo o promoción de un producto y/o servicio.

### **COMUNICACIÓN DIGITAL Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES**

Desarrollar estrategias, contenido multimedia; usar aplicaciones necesarias para gestionar la información de las organizaciones en las redes sociales.

### **GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

Diseñar e implementar estrategias comunicacionales que permitan integrar la responsabilidad social en la organización y la sociedad con capacidad de compromiso y de acción que contribuya al desarrollo social sustentable.

### **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN**

Introducir a los estudiantes en las nuevas teorías de la planificación de la comunicación estratégica como fundamento del desarrollo organizacional. Analizar las diferentes técnicas utilizadas en la planeación estratégica.

### **DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Facilitar las herramientas básicas de análisis previas a la estrategia con la finalidad de aprender a evaluar las necesidades y las oportunidades de la situación de las organizaciones para determinar la pertinencia de una acción comunicativa; determinar cómo diseñar estrategias de comunicación alineadas a la planificación institucional.

### **PROYECTOS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

Fundamentar los proyectos de comunicación estratégica que respondan a las necesidades del entorno y sean pertinentes a los objetivos institucionales.

# CLAUSTRO

El claustro está conformado por profesores nacionales e internacionales con grados de doctor y magíster; expertos en el área de estudio que imparten, con amplia trayectoria profesional y académica.



**HORAS DEL  
PROGRAMA**

**2135**

**TIEMPO  
DEL PROGRAMA**

**18  
meses**

**MODALIDAD**

**Presencial**

**HORARIOS**

**Ejecutivos**

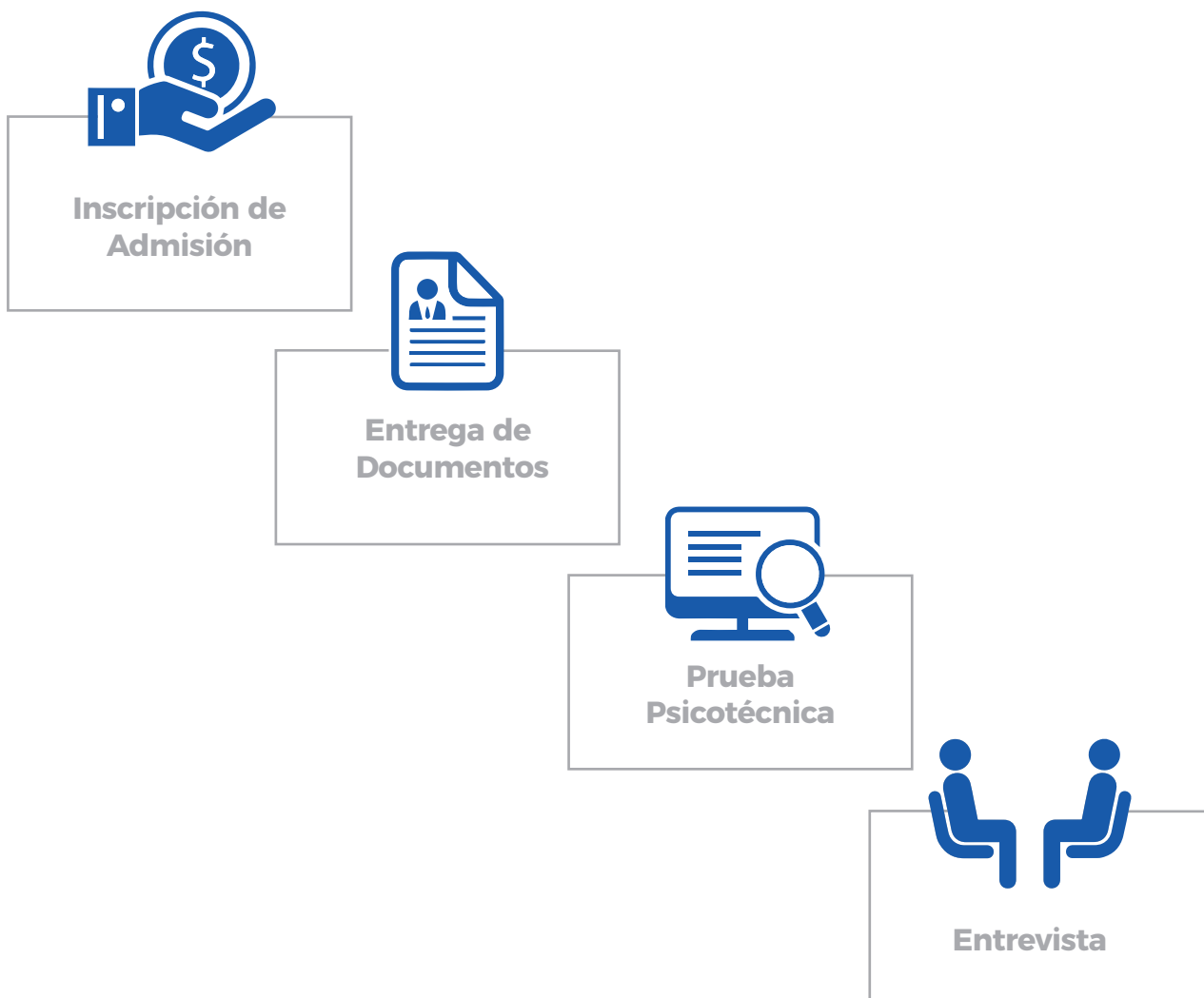


# ADMISIÓN

## REQUISITOS DE POSTULACIÓN:

- Presentación del formulario de admisión con la información solicitada.
- Copia a color de la cédula de identidad.
- Copia a color del pasaporte y visa (aplica para extranjeros).
- Hoja de vida actualizada.
- Copia a color del Título de tercer nivel.
- Título nacional o extranjero inscrito en el registro de la Senescyt.
- Constancia que acredite la lecto-comprensión de una lengua extranjera (inglés).
- Dos cartas de recomendación académica.
- Una foto a color tamaño carné.


## PROCESO DE POSTULACIÓN







**[www.ecotec.edu.ec](http://www.ecotec.edu.ec)**

· Vía Samborondón Km. 13.5 · PBX: 372 3400 Opción 3  
·  099 392 1114 · Email: [posgrado@ecotec.edu.ec](mailto:posgrado@ecotec.edu.ec)