

NOMBRE DEL PROGRAMA**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN –SEMIPRESENCIAL (1ª VERSIÓN)****FACULTAD Y / O UNIDAD DE POSTGRADO**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
INST. DE INVEST. POSGRADO E INTERACCION SOCIAL - CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**DIPGIS**

Resolución Facultativa No.

Resolución del H. C. U. No.

OBJETIVO

La maestría en Gestión de la Comunicación tiene por objetivo la formación teórica – práctica de recursos humanos especializados, críticos y comprometidos; capaces de generar políticas, estrategias y planes comunicacionales, mediante la proyección y proposición de alternativas concretas que respondan a las necesidades de su entorno.

TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA

Magister Scientiarum. en Gestion de la Comunicación Social

PERFIL DE LOS POSTULANTES

La Maestría está diseñada para profesionales del ámbito de la comunicación que requieran profundizar sus conocimientos teóricos y adquirir herramientas técnicas y prácticas comunicacionales de gestión, también se dirige a profesionales de otras áreas que necesiten generar políticas, estrategias y/o planes de gestión de la comunicación.

PERFIL DEL POSTGRUADO

El postgraduado tendrá la capacidad de generar políticas, estrategias y planes de gestión de la Comunicación, a través de habilidades para planificar, diseñar, elaborar, ejecutar y evaluar desde los conocimientos comunicacionales proporcionados; además será capaz de analizar los entornos comunicacionales mediante un pensamiento estratégico y habilidades directivas de gestión y herramientas teórico-prácticas de investigación social, que le permita aportar con alternativas viables a las necesidades comunicacionales que requieren sus entornos de manera crítica, propositiva, ética y con compromiso social.

ORGANIZACIÓN DEL CURSO

Sistema modular dividido en áreas y un diplomado.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Son cursantes regulares de posgrado los que cumplan con las condiciones de admisión y están formalmente registrados en la Maestría. Los postulantes deben presentar los siguientes documentos para ser admitidos en el programa:

- Fotocopia legalizada del título en Provisión Nacional o Académico a nivel licenciatura de cualquier área
- Certificado de nacimiento original (computarizado y emitido por el SEGIP)
- Fotocopia del documento de identidad vigente
- Cuatro fotografías 4 x 4 fondo celeste
- Boleta original de depósito del primer pago del programa
- Fotocopia de la Matrícula
- Formulario de inscripción debidamente llenado
- Hoja de vida
- Solicitud escrita

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Publicación de la Convocatoria en un medio de prensa escrito: Hasta 1/02/2019
 Registro de postulantes: Desde 04/02/19 Hasta 21/03/19
 Inscripción: Desde 04/02/19 Hasta 14/12/19
 Inicio de estudios Desde 01/04/19 Hasta 30/06/20

DURACIÓN DEL PROGRAMA

La Maestría tendrá una duración de un año y seis meses, con un receso de un mes.

HORARIOS

DÍA	Martes / Horario	Miércoles/ Horario	Jueves / Horario	Viernes/ Horario
HORARIO	7:00 a 10:00 p.m.	7:00 a 10:00 p.m.	7:00 a 10:00 p.m.	7:00 a 10:00 p.m.

NÚMERO DE PLAZAS

35

COSTO

Costo Matricula: Bs. 1200 Bs/año
 Costo Colegiatura: Bs. 18.800
 Modalidad de Pago: Inscripción 10%, el saldo en cuotas mensuales.

NOMBRE DEL COORDINADOR

A designar

PLAN DE ESTUDIOS

ASIGNATURAS O MÓDULOS	DOCENTE	CARGA HORARIA						Total horas académicas	Créditos /40	
		Horas presenciales	Horas teóricas de trabajo virtual	Horas de trabajo colaborativo	Horas de interacción o investigación	Horas de trabajo independiente	Horas de evaluación	Horas no presenciales	Horas presenciales + Horas no presenciales	
Diplomado en comunicación estratégica										
Teorías y epistemología de la Comunicación.		60	0	0	40	30	30	100	160	4
Comunicación institucional: planes, estrategias y políticas de comunicación y la Dirección de Comunicación (DIRCOM).		60	0	0	40	30	30	100	160	4
Nuevos paradigmas de la comunicación estratégica.		0	60	40	20	40	20	180	180	4,5
La investigación social aplicada		60	0	0	40	20	20	80	140	3,5
Planificación estratégica (proyectos sociales), gestión presupuestaria y administrativa para la comunicación.		0	60	30	20	30	20	160	160	4
SUBTOTAL		180	120	70	160	150	120	620	800	20
Planeamiento y gestión de la comunicación interna		0	60	40	20	40	20	180	180	4,5
Taller de Tesis I		60	0	0	60	30	30	120	180	4,5
Planeamiento y gestión de la comunicación externa y las Relaciones Públicas		0	60	40	20	40	20	180	180	4,5
Periodismo institucional		60	0	0	20	20	20	60	120	3
Diseño y construcción de identidad e imagen corporativa		60	0	0	20	20	20	60	120	3
Gestión de campañas		60	0	0	20	20	20	60	120	3
Comunicación institucional en las redes sociales		0	60	40	20	40	20	180	180	4,5
Comunicación institucional y elaboración de productos para medios		60	0	0	20	20	20	60	120	3
Gestión de la opinión pública y la comunicación política institucional		60	0	0	20	10	10	40	100	2,5
Comunicación en crisis y resolución de conflictos		0	60	10	10	10	10	100	100	2,5
Taller de Tesis II		60	0	0	60	40	40	140	200	5
TOTAL		600	360	200	450	440	350	1800	2400	60