

















# Maestría en **Comunicación** en las Organizaciones

## Plan de estudios

SEMESTRE	ENFOQUES Y EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN CONTEXTOS DIGITALES	GESTIÓN Y PROYECTOS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES		
<b>1</b>	<p><b>Escenarios y procesos emergentes de comunicación</b>  2 Créditos</p> <p>Producción social de sentido, sociedad civil, Estado, mercado, comunicación en organizaciones comunitarias, del tercer sector, estatales y empresariales.</p>	<p><b>Comunicación y dinámicas en las organizaciones</b>  4 Créditos</p> <p>Enfoques y metodologías en comunicación: comunitaria y cambio social; desarrollo humano y social; política y pública; estratégica - corporativa.</p>	<p><b>Comunicación digital</b>  4 Créditos</p> <p>Ecologías digitales, cultura de convergencia y participación, estudios socio-técnico-culturales.</p>	<p><b>Proyecto estratégico de comunicación I</b>  4 Créditos</p> <p>Bases conceptuales y metodológicas para el diseño de proyectos de investigación aplicada, proyectos estratégicos de comunicación y sistematización de experiencias.</p> <p><b>14</b> Total créditos semestre</p>	
<b>2</b>	<p><b>Crisis, reputación, públicos y estrategias de valor.</b>  2 Créditos</p> <p>Conceptos, metodologías, estrategias y casos.</p>	<p><b>Comunicación y marketing en las organizaciones</b>  2 Créditos</p> <p>Estrategias, comunicaciones integradas de marketing y escenarios digitales.</p>	<p><b>Análisis de datos para comunicación</b>  2 Créditos</p> <p>Análisis de datos masivos para organizaciones.</p>	<p><b>Estrategias de comunicación transmedia</b>  4 Créditos</p> <p>Sistemas intertextuales e intermediales transmedia aplicados a contextos de organizaciones.</p>	<p><b>Proyecto estratégico de comunicación II</b>  4 Créditos</p> <p>Formulación de proyecto de investigación aplicada, proyecto estratégico de comunicación o de sistematización de experiencia.</p> <p><b>14</b> Total créditos semestre</p>
<b>3</b>	<p><b>Ética y responsabilidad social</b>  2 Créditos</p> <p>Derechos humanos y organizaciones, gobierno corporativo, informes.</p>	<p><b>Comunicación en alianzas multisectoriales</b>  2 Créditos</p> <p>Multisectorialidad, conceptos y prácticas de comunicación en alianzas.</p>	<p><b>Electiva</b>  2 Créditos</p> <p>Según portafolio disponible de la universidad.</p>	<p><b>Pasantía nacional, internacional o local</b>  2 Créditos</p> <p>Cursar asignaturas electivas, presenciales o virtuales en otras universidades en convenio, participación en grupos de investigación y/o acercamiento a experiencias en organizaciones.</p>	<p><b>Trabajo de grado* de gestión en comunicación</b>  6 Créditos</p> <p>Ejecución de proyecto de investigación aplicada, proyecto estratégico de comunicación o de sistematización de experiencia.</p> <p><b>14</b> Total créditos semestre</p>

**Total número de créditos del programa 42**

### \* Modalidades de trabajo de grado

- **Proyecto estratégico de comunicación**  
Diagnóstico, diseño o evaluación de estrategia o proceso de comunicación-bibliografía de producción transmedia
- **Proyecto de investigación aplicada**
- **Sistematización de experiencia**

**Metodología: presencial**  
**Duración: 3 semestres**  
**Horario: inmersión quincenal**