

ESCUELA DE

POS GRADO

DO

Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos

- Especialidad en Marketing Digital
- Especialidad en Comunicación Corporativa

Lidera una comunicación
que trasciende

PRESENCIAL

La Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos potencia las habilidades directivas necesarias en el ámbito de la comunicación, aplicables en cualquier entorno profesional de esta disciplina. Su enfoque abarca la toma de decisiones estratégicas para desarrollar soluciones de comunicación innovadoras acordes con las demandas de proyectos y organizaciones.

Especialidades

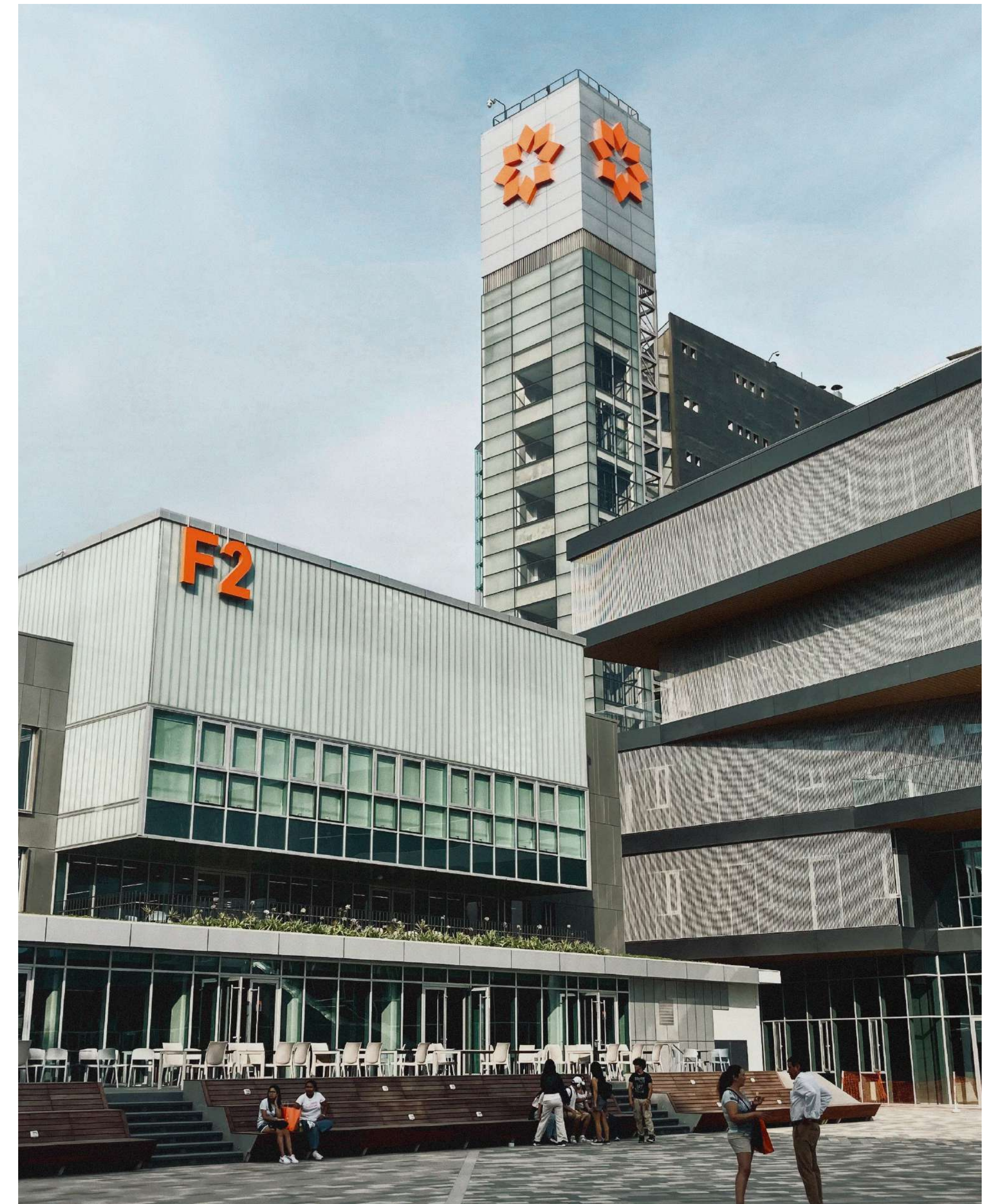
La industria y la práctica profesional de la comunicación exigen líderes con habilidades y conocimientos especializados. Con ese objeto, los estudiantes de la Maestría seleccionan una de dos especialidades, de acuerdo con su proyecto profesional e intereses particulares. Cada especialidad tiene un itinerario formativo compuesto por un conjunto de asignaturas, algunas de las cuales son exclusivas de la especialidad, tienen un contenido crítico o están enfocadas en concordancia con el tema de la misma.

• Especialidad en Marketing Digital

La especialidad en Marketing Digital tiene como objetivo desarrollar competencias estratégicas y actualizar el conocimiento para brindar soluciones efectivas en ese contexto profesional. Los estudiantes analizan el entorno digital y las herramientas que permiten tomar decisiones e implementar acciones de marketing digital en una organización.

• Especialidad en Comunicación Corporativa

La transformación digital y la sostenibilidad han ampliado la responsabilidad de los profesionales de la comunicación corporativa para incluir la gestión de los medios sociales, la gestión de las crisis y la reputación, las relaciones con los medios, entre otros retos. Además, las empresas esperan tener un impacto positivo en la comunidad, para lo cual las habilidades de la comunicación corporativa son esenciales.





PALABRAS DEL DIRECTOR

“La Maestría es una propuesta académica diseñada para profesionales en comunicación, o personas quienes laboran en áreas próximas a la comunicación, que buscan desarrollar competencias con una proyección estratégica y directiva, habilidades que son transversales a todos los campos del ejercicio profesional de la comunicación”.

LIZARDO VARGAS BIANCHI

Director de la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos

Doctor en Comunicación por la Universidad de Navarra (España) y diplomado en Psicología por la Staffordshire University (Reino Unido). Fue investigador doctoral visitante en la Northwestern University (Estados Unidos).

¿Cuáles son los objetivos educativos de la Maestría?

- Potenciar las capacidades de los estudiantes para elaborar soluciones estratégicas de comunicación alineadas con las necesidades de toda organización o proyecto.
- Desarrollar las habilidades de liderazgo necesarias para integrar y dirigir áreas especializadas de las distintas ramas de la comunicación.
- Capacitar a los estudiantes en el planeamiento estratégico de contenidos innovadores, viables y rentables que puedan implementarse de modo transmediático en el actual contexto digital.

¿Qué competencias obtiene el estudiante?

- Investiga y analiza demandas y comportamientos de diversos públicos y segmentos de mercado. Identifica y evalúa oportunidades para la creación y gestión de contenidos innovadores.
- Conoce y formula modelos de negocio y estrategias de comercialización de contenidos. Planifica y dirige estrategias creativas para diferentes plataformas, soportes y formatos.
- Evalúa la calidad de una historia o contenido en función de diversos criterios que miden su aporte de valor en un proyecto creativo.



MALLA CURRICULAR

- Algunas de las asignaturas de la Maestría se imparten de modo virtual mediante Zoom, que se encuentra integrado en la plataforma educativa digital Blackboard.
- Las asignaturas de la modalidad presencial, dictadas por docentes internacionales, serán impartidas en modo intensivo.

Leyenda

- Asignaturas de la especialidad en Marketing Digital.
- Asignaturas de la especialidad en Comunicación Corporativa.
- Asignaturas cuyo contenido y enfoque varía acorde con cada especialidad.

	Comunicación	Marketing	Gestión	Investigación
1	Globalización de Contenidos Convergencia y Contenidos	Investigación de Públicos y Mercados	Design Thinking Nuevos Modelos de Negocio Derechos de Autor, Licencias y Contratos	
2	Tendencias del Entorno y Mercados de la Comunicación Comunicación Estratégica	Estrategias de Marketing Métricas y Analítica Digital	Estrategias de Financiamiento Liderazgo y Trabajo en Equipo	Seminario de Proyecto Final de Maestría I (investigación acorde con cada especialidad)
3	Estrategias de Storytelling Desarrollo de Interactividad Seminario de Actualidad Profesional I	Marketing de Contenidos Estrategias de Promoción y Distribución de Contenidos		Seminario de Proyecto Final de Maestría II (investigación acorde con cada especialidad)
4	Diseño Transmedia Cultura y Comunicación Interna Imagen y Reputación Corporativa Vocería y Relaciones con los Medios Comunicación de Crisis	Seminario de Actualidad Profesional II Comportamiento del Consumidor Segmentación y Posicionamiento Gestión de Marca	Innovación y Creación de Valor Desarrollo de Habilidades Directivas	Seminario de Proyecto Final de Maestría III (investigación acorde con cada especialidad)

PROFESORES

Daniel Tubau García (España)

Escritor y guionista de proyectos transmedia

Eduardo Prádanos Grijalvo (España)

CEO de Fluor Lifestyle

Eduardo Venegas

Gerente de Comunicación y Sostenibilidad en Industrias San Miguel

Enrique Giles Torrejón

Director de Contenidos en Interlatin y fundador de Making Contents

Jean Carlo Costa Gálvez

Socio fundador de MCG Law Firm

Juan Gabriel Herrera

Director de Investigación Cualitativa en Ipsos Perú

Lenka Miskulin Gilardi

Gerente regional de Medios y Agencias en Kimberly-Clark

Marimé Carbonell Rosso

Directiva internacional y consultora en planeamiento estratégico y comercial

Miguel Sánchez Flores

Docente investigador y *freelance blogger* en el diario *Perú21*

Valentín Calderón Contreras

Docente de la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos, y del MBA de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima

Walter Giovannie Escribens Ruíz

Gerente de Gestión Humana en Laive

Nota: La plana docente podrá variar de acuerdo con los requerimientos de la Escuela de Posgrado.



CONSEJO CONSULTIVO



ERIKA DESULOVICH

Líder de Cultura, Gestión del Cambio y
Comunicación Interna en Rímac Seguros

JUAN AURELIO ARÉVALO

Director periodístico del diario
El Comercio

MARÍA FE MARTÍNEZ

Director sponsored content en
NBC Universal

PIERINA PAPI

Gerente de Marketing
en Falabella.com

INTERNACIONAL

Para los alumnos de esta maestría ha sido diseñada una semana internacional de estudios* en la Universidad de Navarra (España). Durante esos días, los estudiantes revisan, junto con destacados docentes de la institución europea, temas actuales y de proyección de las comunicaciones pertinentes con ambas especialidades de la propuesta académica de la Maestría**.

* El costo de la Maestría solo cubre los derechos académicos del viaje de estudios.

** Para egresar de la Maestría es requisito participar en la semana internacional de estudios.



NETWORKING

La Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima organiza diversas actividades enfocadas en desarrollar el *networking* entre los alumnos de todas las maestrías, compartiendo un espacio de integración y diversas dinámicas con el fin de construir y expandir la red de contactos.



Hoy las empresas requieren de profesionales que gestionen transformaciones, que reinventen procesos y que protagonicen su evolución. Que sean capaces de adaptarse todas las veces que las circunstancias lo exijan y a la velocidad que lo demandan. Por eso, desde hace más de 25 años, la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima construye una comunidad que defiende la innovación con empatía.

Los docentes, alumnos y egresados son líderes que confían en su inteligencia y experiencia, en su creatividad y en sus emociones. Las decisiones que trajeron a cada estudiante hasta la Escuela de Posgrado no son las mismas que los llevarán a alcanzar sus metas. Porque haciendo siempre lo mismo no se puede crecer y para liderar es necesario el cambio.

SOMMOS EL CAMBIO, LIDÉRAILO



PROCESO DE ADMISIÓN

Requisitos de admisión

- Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) o del carné de extranjería.
- Copia simple del diploma de grado universitario de bachiller (no aplica para egresados de la Universidad de Lima).
- Recomendable contar con experiencia laboral mínima de tres (3) años.
- Certificado o certificados de trabajo profesional.
- Cartas de recomendación laboral o académica.
- *Curriculum vitae* documentado.
- Constancia de pago de los derechos de inscripción en la Universidad de Lima.
- Foto digital en formato JPG, resolución mínima 300 dpi (el archivo de la imagen debe ser original de la cámara, no un escaneo de la foto). La foto debe ser a color, fondo blanco, de frente y sin lentes. El cabello no debe tapar el rostro (ojos ni cejas) ni la ropa. Caballeros en terno (camisa, saco y corbata) y damas en sastre.

Una vez enviados los documentos, el área de Admisión se comunicará con usted –en un plazo no mayor a 48 horas– para que realice el pago de los derechos de inscripción en la Universidad de Lima (S/ 350.00).

Elaboración de ensayos

La Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima utiliza la plataforma de inteligencia artificial IBM Watson para conocer con mayor precisión el perfil de los postulantes a las maestrías.

Durante el proceso de admisión, el postulante accede a una plataforma en la cual redacta dos ensayos. El primero aborda los retos personales y profesionales que enfrentará mientras cursa la maestría. El segundo contempla su potencial proyecto de tesis.

Entrevista personal

Luego del pago, se procede a agendar la entrevista virtual con el director de la Maestría. La fecha se confirmará según disponibilidad de la autoridad académica.

Requisitos para obtener el grado académico

- Aprobar todas las asignaturas del plan de estudios, inclusive la impartida durante la semana internacional.
- Acreditar el dominio de un idioma extranjero o lengua nativa a nivel intermedio. La Universidad de Lima validará el certificado presentado por el estudiante.
- Sustentar satisfactoriamente un trabajo de investigación o tesis.
- Cumplir con todas las obligaciones y compromisos contraídos con la universidad.

INFORMES E INSCRIPCIONES

Inicio de clases:

19 de agosto de 2024

Horario*:

Lunes y miércoles de 19.00 a 22.40 horas

Sábados de 9.00 a 12.40 horas

Maestría licenciada por la SUNEDU

Financiamiento sin intereses directo con la Ulima.

* Un número reducido de asignaturas se programan los martes y jueves. Las asignaturas impartidas presencialmente por docentes internacionales se programan de modo intensivo durante la semana. Salvo excepciones, los sábados de verano (meses de enero, febrero y marzo) no se dictan clases.

Teléfono:

(01) 437 6767 anexo 32237

Asesor encargado:

Manuel Villalobos (920 373 520)

Correo:

posgrado@ulima.edu.pe





UNIVERSIDAD
DE LIMA