ESCUELA DE COMUNICACIÓN
MÓNICA HERRERA

Que tu mejor versión sea
siempre la más creativa.

CATÁLOGO INSTITUCIONAL

2018

MONICAHERRERA.EDU.SV

ÍNDICE

NUESTRA ESCUELA 8

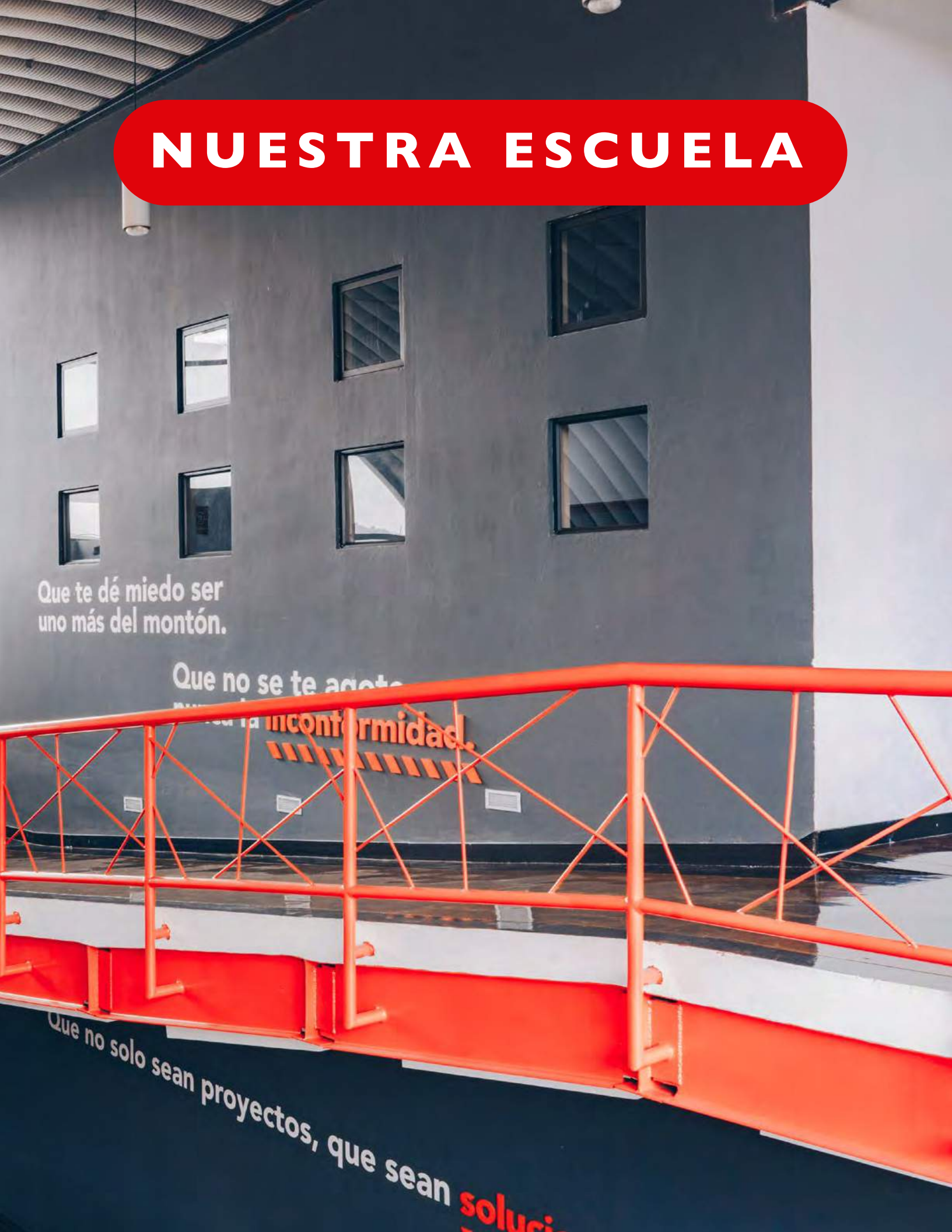
¿QUIÉNES SOMOS? 11

INFORMACIÓN GENERAL 33

DESCRIPCIÓN DE CARRERAS 49

ESCUELA DE COMUNICACIÓN
MÓNICA HERRERA

NUESTRA ESCUELA



I. NUESTRA ESCUELA

Carta de la Directora General

En la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior se expresó que es necesario propiciar el aprendizaje permanente y la construcción de competencias adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de la sociedad. Asimismo, se ha señalado que las principales tareas de la educación superior han estado y seguirán estando ligadas a cuatro de sus funciones principales:

- Una generación con nuevos conocimientos (las funciones de la investigación)
- El entrenamiento de personas altamente calificadas (la función de la educación)
- Proporcionar servicios a la sociedad (la función social)
- La función ética, que implica la crítica social.

La Escuela de Comunicación Mónica Herrera consciente de su responsabilidad en la búsqueda de una educación de calidad, hace esfuerzos cada vez mayores en las áreas antes mencionadas, además genera la vinculación interinstitucional y los intercambios estudiantiles a nivel internacional y continúa en la búsqueda de apoyo a más estudiantes talentosos con diferentes formas de soporte económico.

Mantener estándares de calidad implica la mejora constante de los procesos educativos. Con satisfacción podemos reconocer el esfuerzo que nuestra institución realiza en la formación de los docentes y del personal que les auxilia, en la revisión de la malla curricular y en la actualización de los recursos didácticos, todo esto orientado a seguir siendo una de las instituciones de educación superior referente en el país.

Muchas casas de educación superior están haciendo un esfuerzo por superar el modelo de formación que se basa solo en la transmisión de conocimientos y transitan a uno que toma en cuenta las habilidades, actitudes y valores que son necesarios para el desarrollo profesional de los jóvenes. Es por ello que esta Escuela desde hace nueve años asumió el reto de incorporar en el currículo el enfoque de formación en competencias. Este enfoque educativo hace referencia a dos tipos de competencias: Las competencias genéricas y las competencias específicas.

Las competencias genéricas o generales, son las que todo profesional debe tener independientemente a su área de formación y en el caso de nuestra Escuela se han expresado en trabajo en equipo, pensamiento crítico, comunicación efectiva, resolución de problemas e innovación.
Las segundas son las competencias propias de cada especialidad o carrera, a estas se les denominan competencias específicas y permiten al profesional tener claridad de su perfil de egreso y a la empresa u organización, lo que aporta el profesional que contrata.

A través de las diferentes experiencias de aprendizaje, nuestros estudiantes van desarrollando estas competencias tan necesarias en su formación personal y profesional.

La Escuela de Comunicación Mónica Herrera le apuesta al desarrollo de profesionales con gran capacidad de adaptación al cambio, con una mente muy flexible que busca permanente la innovación, con habilidades para tomar decisiones estratégicas, capacidad para el trabajo en equipo y la cooperación con cada una de las áreas en donde se puedan desempeñar. La aptitud de aprender constantemente y el compromiso con la organización, la creatividad y la búsqueda permanente de la excelencia, son también habilidades y valores que se desarrollan a lo largo de las carreras.

Lic. Teresa Palacios de Chávez
Directora General
Escuela de Comunicación Mónica Herrera

Contabilidad y finanzas
REINVENCIÓN EN COLOMBIA
IN THE BLINK OF
A PERSPECTIVE ON FILM EDITING
MASTER SHOTS
MASTER SHOTS

¿QUIÉNES SOMOS?

2. ¿QUIÉNES SOMOS?

2.1 Historia de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera

La Escuela de Comunicación Mónica Herrera es una red latinoamericana de Escuelas de Comunicación. En El Salvador, sus actividades académicas iniciaron en febrero de 1995, siendo esta la tercera institución de la red. La primera Escuela se fundó a inicios de los años ochenta en Santiago de Chile, dando paso a la apertura de la Escuela de Guayaquil, Ecuador, en 1992.

Durante sus primeros años de actividad en nuestro país, la Escuela tenía la autorización del Ministerio de Educación para formar Técnicos en Publicidad y Técnicos Superiores. En 1997, mediante resolución No. 15-2168 del 19 de diciembre, el Ministerio de Educación aprobó el cambio a Instituto Especializado Escuela de Comunicación Mónica Herrera, autorizándolo para extender el título de Técnico en Publicidad y el título de Licenciado en Comunicación Social.

En 2004 el MINED aprobó la actualización de la licenciatura, con el nuevo nombre de Comunicaciones Integradas de Marketing. Según el acuerdo No. 15-1515, la Escuela recibió la acreditación a la excelencia académica de la Comisión de Acreditación de la Calidad Académica de Instituciones de Educación Superior, el 14 de diciembre de 2005 y su reacreditación de diciembre 2010. En 2006 inicia la Licenciatura en Diseño Estratégico autorizando a extender el título de Licenciado en Diseño Estratégico, según No. de acuerdo 15-0355.

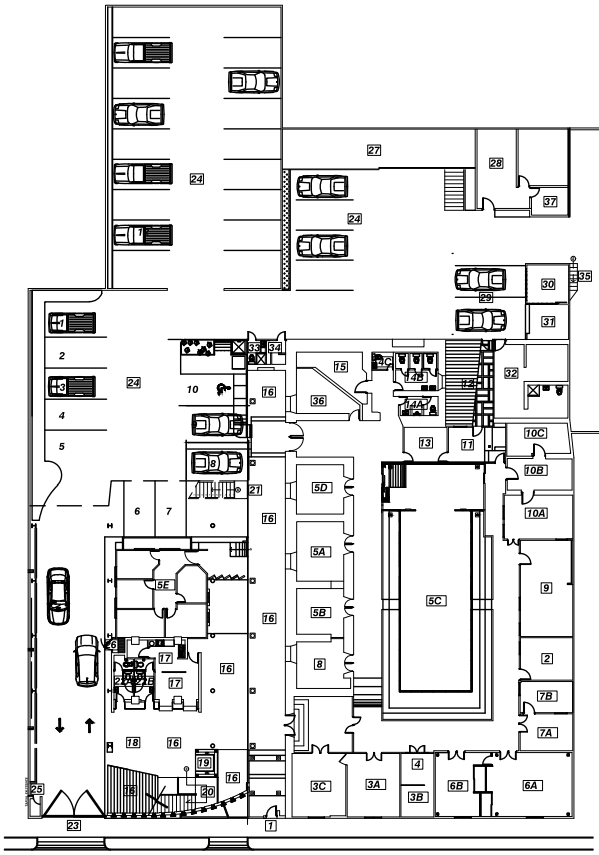
2.2 Nuestra Misión, Visión y Valores

Misión
Promover experiencias de aprendizaje para formar profesionales emprendedores e innovadores, capaces de interpretar el cambio para transformar su entorno.

Visión
Ser la Institución de Educación Superior reconocida en la región centroamericana por su capacidad de interpretar y gestionar el cambio.

Valores
- Colaboración
- Autonomía
- Pasión por la Innovación
- Aprender a Aprender
- Experimentación Constante

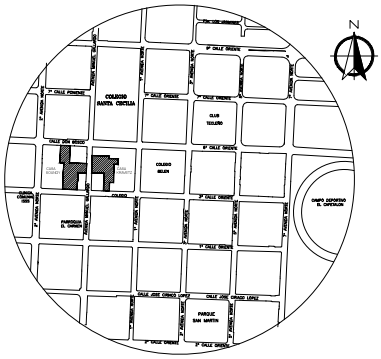
2.3 Mapas de ubicación



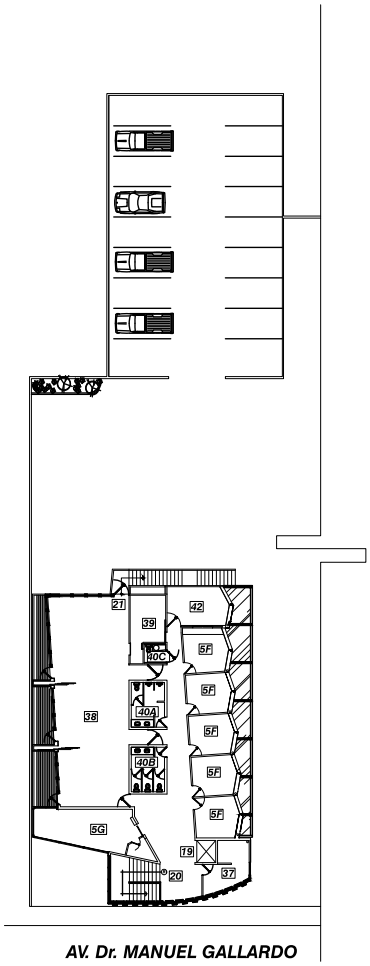
AV. Dr. MANUEL GALLARDO

1er NIVEL CASA KRAVETZ

	DISTRIBUCION DE ESPACIOS CASA KRAVETZ 1ER NIVEL
1	ACCESO PEATONAL
2	RECURSOS HUMANOS
3A	FORMACION CONTINUA (JEFATURAS)
3B	FORMACION CONTINUA (PROMOCION DE PROGRAMAS)
3C	FORMACION CONTINUA (ATENCION AL CLIENTE)
4	VINCULACION INSTITUCIONAL
5A	BIBLIOTECA (OFICINAS)
5B	BIBLIOTECA (CASOS Y TESIS)
5C	BIBLIOTECA (PRESTAMO DE LIBROS Y LECTURA)
5D	BIBLIOTECA (DEPOSITO HEMEROTECA Y AUDIOVISUALES)
5E	BIBLIOTECA (SALAS TRABAJO EN GRUPO)
6A	DIRECCION GENERAL
6B	ASISTENTE DIRECCION GENERAL
7A	CONTABILIDAD
7B	CONTABILIDAD ARCHIVO
8	REGISTRO ACADEMICO
9	SALA DE REUNIONES
10A	DIRECCION FINANCIERA
10B	ASISTENTE DE DIRECCION FINANCIERA
10C	BODEGA DIRECCION FINANCIERA
11	CAFE Y ESPERA
12	ESPARCIMIENTO DE EMPLEADOS / COMEDOR
13	COCINA
14A	SS HOMBRES
14B	SS MUJERES
14C	SS PRIVADO
15	CUARTO ELECTRICO
16	AREA DE MESAS ESTUDIANTES
17	CAFETERIA
18	MESA PING-PONG
19	ELEVADOR
20	GRADAS A 2º NIVEL
21	GRADAS DE EMERGENCIA
22A	SS HOMBRES
22B	SS MUJERES
23	ACCESO Y SALIDA VEHICULAR
24	ESTACIONAMIENTO
25	CASETA
26	LOCKERS VIGILANTES
27	TALLER MECANICA / BODEGA
28	CARPINTERIA
29	ESTACIONAMIENTO PRIVADO
30	TRANFORMADOR, TABLERO GRAL. E INVERSOR
31	AREA DE LAVADO
32	VIVIENDA CASERO
33	SANITARIOS VIGILANTES Y EMPLEADOS
34	LOCKERS EMPLEADOS
35	ACCESO A PANELES SOLARES Y TENDEDERO
36	ENCARGADO DE MANTENIMIENTO
37	BODEGA DE ARCHIVOS CONTABLES



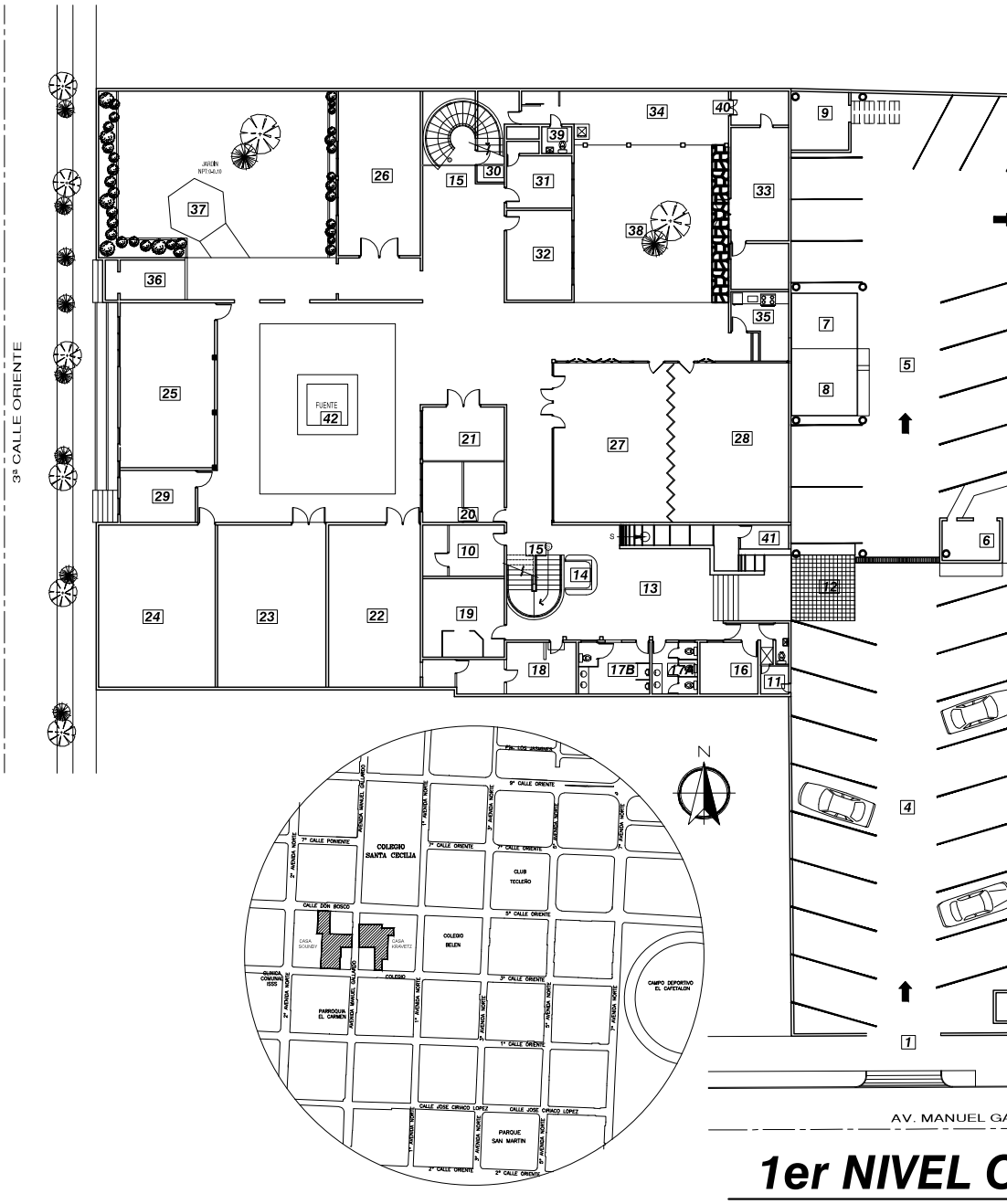
ESQUEMA DE UBICACION ESCUELA DE COMUNICACION MONICA HERRERA



	DISTRIBUCION DE ESPACIOS CASA KRAVETZ 2º NIVEL
5F	BIBLIOTECA (SALAS TRABAJO EN GRUPO)
5G	BIBLIOTECA (SALA DE LECTURA INDIVIDUAL)
19	ELEVADOR
20	GRADAS A 1º NIVEL
21	GRADAS DE EMERGENCIA
37	LIBRERIA
38	SALON USOS MULTIPLES / SALONES 1,2 3
39	BODEGA / SONIDO
40A	SS HOMBRES
40B	SS MUJERES
40C	SS PERSONAS MOBILIDAD LIMITADA

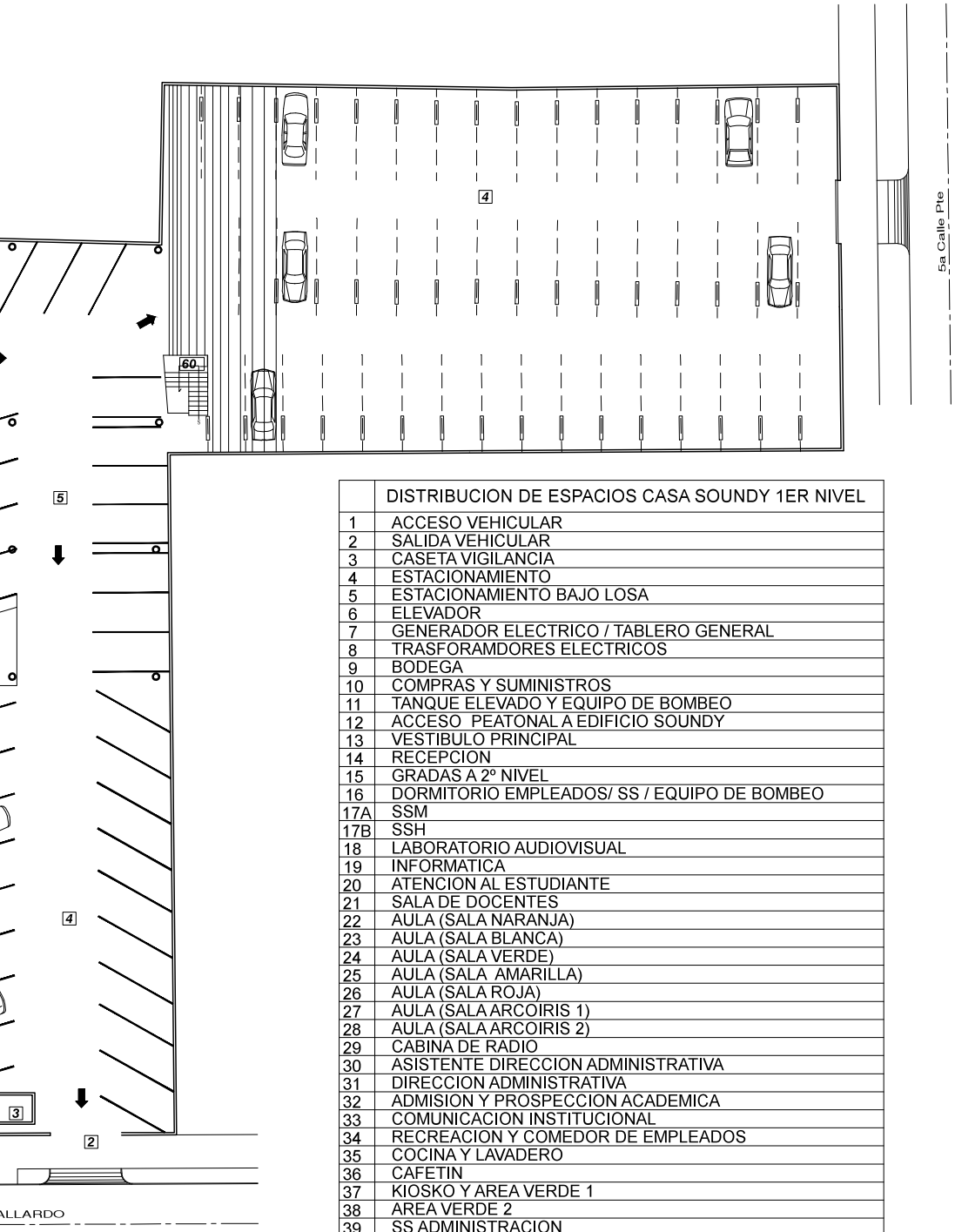
CUADRO DE AREAS GENERALES CASA KRAVETZ	
AREA DE TERRENO	3,238.06 M2
AREA CONSTRUIDA	1,709.71 M2
CUADRO DE AREAS UTILES CASA KRAVETZ	
AREA DE BIBLIOTECA	172.32 M2
OFICINAS ADMINISTRATIVAS	238.55 M2
AUDITORIOS	97.96 M2
CIRCULACIONES, PAREDES, TERRAZAS Y OTROS OTROS ESPACIOS MENORES	687.43 M2
PARQUEOS (72 U)	1,782.88 M2
AREA VERDE	88.48 M2

2º NIVEL CASA KRAVETZ

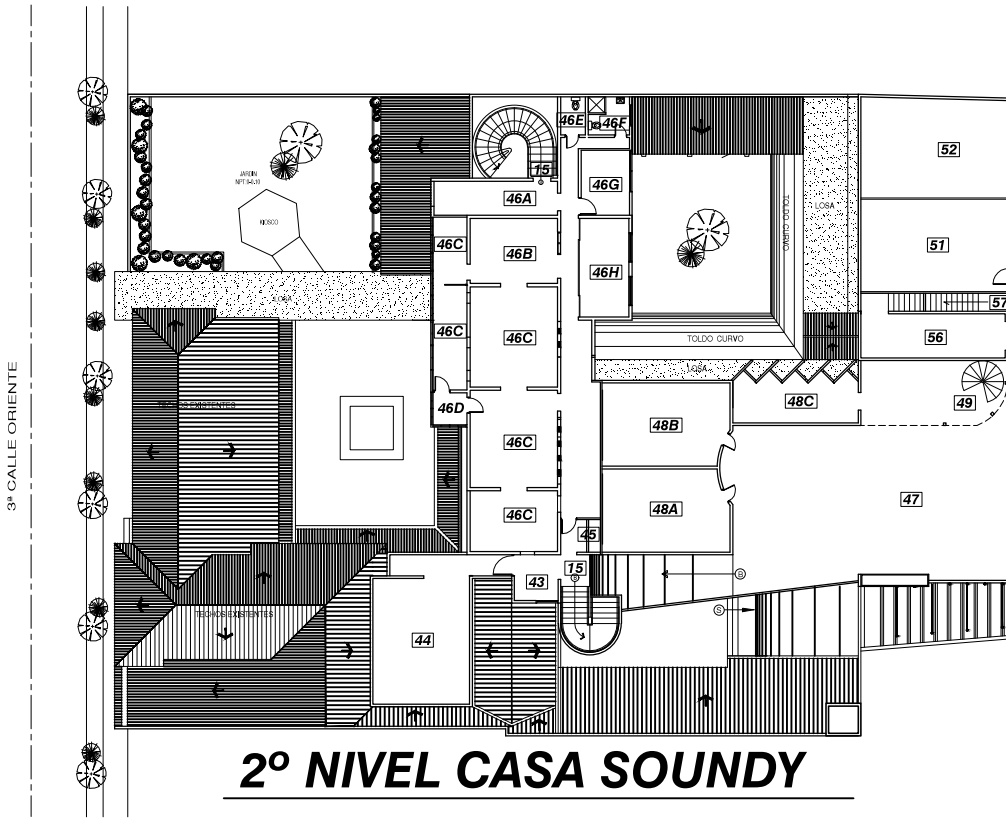


1er NIVEL C

ESQUEMA DE UBICACION ESCUELA DE COMUNICACION MONICA HERRERA

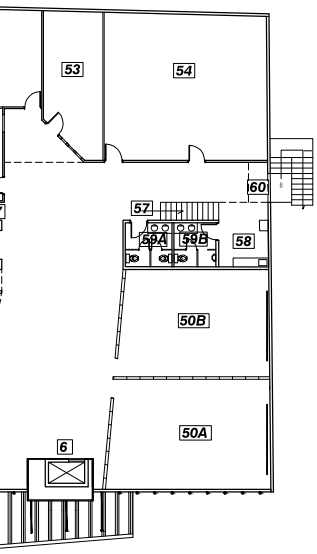


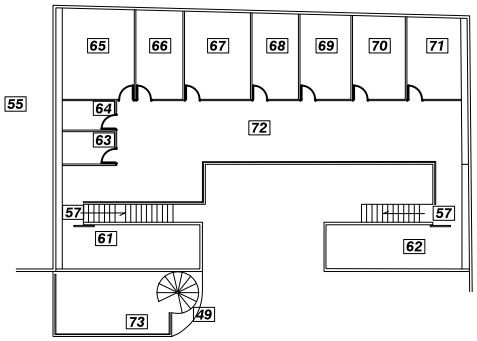
	DISTRIBUCION DE ESPACIOS CASA SOUNDY 1ER NIVEL
1	ACCESO VEHICULAR
2	SALIDA VEHICULAR
3	CASETA VIGILANCIA
4	ESTACIONAMIENTO
5	ESTACIONAMIENTO BAJO LOSA
6	ELEVADOR
7	GENERADOR ELECTRICO / TABLERO GENERAL
8	TRASFORAMDORES ELECTRICOS
9	BODEGA
10	COMPRAS Y SUMINISTROS
11	TANQUE ELEVADO Y EQUIPO DE BOMBEO
12	ACCESO PEATONAL A EDIFICIO SOUNDY
13	VESTIBULO PRINCIPAL
14	RECEPCION
15	GRADAS A 2º NIVEL
16	DORMITORIO EMPLEADOS/ SS / EQUIPO DE BOMBEO
17A	SSM
17B	SSH
18	LABORATORIO AUDIOVISUAL
19	INFORMATICA
20	ATENCION AL ESTUDIANTE
21	SALA DE DOCENTES
22	AULA (SALA NARANJA)
23	AULA (SALA BLANCA)
24	AULA (SALA VERDE)
25	AULA (SALA AMARILLA)
26	AULA (SALA ROJA)
27	AULA (SALA ARCOIRIS 1)
28	AULA (SALA ARCOIRIS 2)
29	CABINA DE RADIO
30	ASISTENTE DIRECCION ADMINISTRATIVA
31	DIRECCION ADMINISTRATIVA
32	ADMISION Y PROSPECCION ACADEMICA
33	COMUNICACION INSTITUCIONAL
34	RECREACION Y COMEDOR DE EMPLEADOS
35	COCINA Y LAVADERO
36	CAFETIN
37	KIOSKO Y AREA VERDE 1
38	AREA VERDE 2
39	SS ADMINISTRACION
40	BODEGAS
41	TABLERO GENERAL 2
42	FUENTE Y AREA DE BANCAS



2º NIVEL CASA SOUNDY

	DISTRIBUCION DE ESPACIO
15	GRADAS A 1er NIVEL
43	SALA ESTAR
44	BODEGA
45	TABLEROS ELECTRICOS
46A	SECRETARIAS UNIDAD ACAD
46B	DIRECTORAS UNIDAD ACADE
46C	DOCENTES UNIDAD ACADEM
46D	TERRAZA UNIDAD ACADEMIC
46E	SANITARIOS MUJERES
46F	SANITARIOS HOMBRES
46G	DIRECTOR UNIDAD ACADEM
46H	SALA DE REUNIONES
47	VESTIBULO MULTIFUNCION
48A	LABORATORIO DIGITAL 1
48B	LABORATORIO DIGITAL 2
48C	LABORATORIO DIGITAL 3
49	ESCALERA HACIA MESANINE
50A	SALA DE DISEÑO 1
50B	SALA DE DISEÑO 2
51	SALA "A" MAGENTA
52	SALA "B" VIOLETA
53	SALA "R" DE REUNIONES
54	SALA "C" CYAN
55	SALA "D" GRIS
56	BODEGA
57	GRADAS A MESANINE 3er NI
58	LAVABO
59A	SANITARIOS MUJERES
59B	SANITARIOS HOMBRES
60	GRADAS DE EMERGENCIA





3er NIVEL CASA SOUNDY

	DISTRIBUCION DE ESPACIOS CASA SOUNDY 3ER NIVEL
57	GRADAS A 2º NIVEL
61	BODEGA
62	BODEGA
63	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 1
64	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 2
65	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 3
66	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 4
67	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 5
68	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 6
69	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 7
70	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 8
71	SALA DE ESTUDIO GRUPAL 9
72	VESTIBULO Y AREA DE ESTAR

CUADRO DE AREAS GENERALES CASA SOUNDY	
AREA DE TERRENO	3,846.81 M2
AREA CONSTRUIDA (No incluye estac. bajo losa)	2,763.49 M2
AULAS (12 , Incluidas Lab. digital 1 y 2))	672.45 M2
OFICINAS ADMINISTRATIVAS	119.00 M2
CIRCULACIONES, PAREDES, TERRAZAS Y OTROS OTROS ESPACIOS MENORES	1,216.82 M2
PARQUEOS (93 U)	2,661.60 M2
AREA VERDE	235.76 M2

S CASA SOUNDY 2º NIVEL
DEMICA
EMICA
MICA
CA
ICA
E
VEL

QUE TU
VERSIÓ
SIEMPRE
CREA
NUNCA

MEJOR
ÓN SEA
E LA MÁS
TIVA

2.4 Organización Interna (Autoridades Académicas y Administrativas)

El Instituto Especializado Escuela de Comunicación Mónica Herrera posee un sistema de gobierno y administración encabezado por el Consejo Superior, ente independiente de la administración.

Consejo Superior
Es la máxima autoridad normativa y electora, de administración general, académica y financiera y de evaluación y control del Instituto. Define las normas internas en lo relacionado con el giro educativo, los servicios que la institución ofrece, y establece e integra la estructura organizacional. Se integra con un total de cinco miembros propietarios y cuatro suplentes que son electos por la asamblea de miembros fundadores, excepto el quinto propietario, que lo elige el Consejo Superior para que sea el Director General del Instituto y mientras ostente dicho cargo se desempeñe como el Secretario del organismo.

Para llevar a cabo sus funciones, la Escuela de Comunicación Mónica Herrera dispone de las siguientes unidades organizativas:

Consejo de Directores
Es la máxima autoridad de dirección y gestión del Instituto, sirve como organismo de apoyo al Consejo Superior y ejecuta funciones que facilitan la labor tanto del Consejo como de las autoridades de dirección. Está supeditado al Consejo Superior, ante el cual rinde cuentas de su actuación. Son miembros del Consejo de Directores: el Director General, el Director Académico y el Director Administrativo Financiero.

Consejo Técnico
Es la máxima autoridad de planificación y programación de la actividad académica, del proceso de admisión de alumnos, aseguramiento de la calidad, evaluación del personal académico y aplicación del régimen disciplinario en su campo de acción. Se vincula al Consejo de Directores ante el cual rinde sus informes.

Director General
Es la máxima autoridad académica y ejecutiva del Instituto, será su vocero y representante ante los organismos académicos y culturales, así como en los eventos científicos, técnicos y educativos, y en general en todo aquello que le delegue el Consejo Superior, organismo ante quien rendirá cuentas de su desempeño. Es responsable de dar dirección y supervisar los servicios de apoyo académico, de vinculación, comunicación, servicios al estudiante y otros.

Director Académico
Es la autoridad en materia de educación superior, presta servicios de asesoría, consultoría, desarrollo, coordinación y supervisión a los funcionarios y personal académico, respecto al diseño y desarrollo curricular y en el cumplimiento de las funciones académicas del Instituto.

Director Administrativo Financiero
Es el funcionario ejecutivo encargado de dirigir y supervisar la gestión de la administración general y de las finanzas del Instituto. Es responsable de la disposición y administración eficaz de los recursos financieros, humanos, materiales, técnicos, informáticos y de servicios que requiere el logro de la misión.

Directores de Carrera
Son los funcionarios responsables de dirigir el desarrollo de los procesos, logro de objetivos y cumplimiento de calendarios académicos en cada carrera que ofrece la institución. Su gestión está orientada a satisfacer el compromiso descrito por la Misión, fines y objetivos del Instituto y los programas académicos autorizados.

Coordinadores de Investigación Institucional, Proyección Social y Trabajos de Graduación
Son los responsables del logro de objetivos y cumplimiento de la Misión, fines, objetivos y políticas del Instituto en el sector que a cada quien le compete, para lo que planifican su labor y coordinan a las entidades, personas y procesos involucrados.

Administrador General
Es el funcionario responsable de dirigir, controlar y coordinar las funciones administrativas, para asegurar la disponibilidad oportuna y el aprovechamiento adecuado de los recursos materiales y humanos que el Instituto dispone.

Secretaría de Asuntos Estudiantiles
Es responsable de administrar o coordinar los principales programas de atención a las necesidades individuales y colectivas de los alumnos de la Institución. Dentro de sus funciones está el brindar orientación y asesoría a los alumnos, ejecutar las disposiciones del comité que coordina el Programa de Ayuda Financiera, ser el vínculo de relación funcional y de apoyo con el Centro de Alumnos, atender personalmente los problemas o inquietudes de los alumnos, coordinar los programas de deporte y cultura, el programa de Bolsa de Trabajo y el programa de Prácticas Laborales Supervisadas.

Coordinador de Vinculación Institucional
Coordina todos los recursos que la institución pone a su disposición para promover y orientar de forma efectiva, el programa de vinculación con la comunidad de exalumnos y los programas de práctica profesional estudiantil y bolsa de empleos mediante el establecimiento de vínculos con los diferentes sectores de las sociedad para facilitar su incorporación al mundo laboral.

CONSEJO SUPERIOR

Fabricio León Altamirano
Presidente

Teresa Palacios de Chávez
Secretaria

Erwin Federico Rank Romero
Primer Vocal Propietario

Juan Federico Salaverría Prieto
Segundo Vocal Propietario

Hermann Wilhelm Bruch Meléndez
Tercer Vocal Propietario

Sherman José Calvo Muñoz
Primer Vocal Suplente

Walterio Orellana
Segundo Vocal Suplente

Enzo Bianchi
Tercer Vocal Suplente

Jerry Raymond Smith Estévez
Secretario Suplente

CONSEJO DE DIRECTORES

Teresa Palacios de Chávez
Directora General

Federico Harrison
Director Académico

Hermann W. Bruch
Administrativo Financiero

FUNCIONARIOS

Nicole Paetz Manieu
Directora de Licenciatura en Comunicaciones Integradas de Marketing

Cruz Galdámez
Director de Licenciatura en Comunicación y Estrategia Digital

Marisela Ávalos
Directora de Licenciatura Diseño Estratégico

Verónica Márquez
Coordinadora Académica

Larisa N. Hernández
Coordinadora de Proyección Social

Willian Carballo
Coordinador de Investigación Institucional

Federico Harrison · Eugenio Menjívar
Coordinadores de Trabajos de Graduación

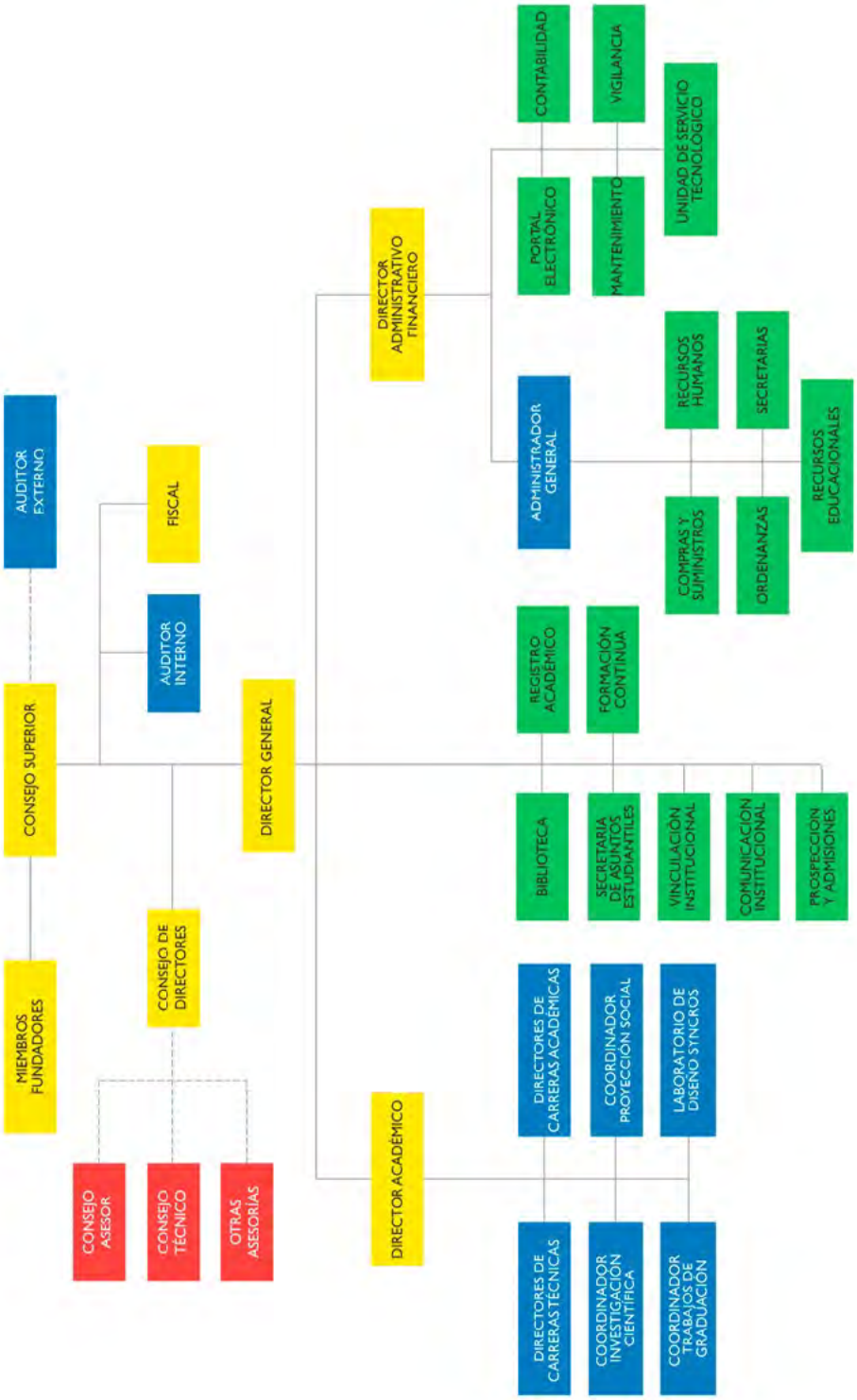
Verónica Salvatier
Administradora General

Mario Méndez
Coordinador de Secretaría de Asuntos Estudiantiles

Mónica Hurtado
Coordinadora de Vinculación Institucional

Francisca Beltrami
Coordinadora de Formación Continua

2.5 Organización Formal



2.6 Vínculos Institucionales

Acreditaciones

Acreditación para Instituciones de Educación Superior CDA

La acreditación es un reconocimiento oficial y público, con base a las categorías de análisis, criterio e indicadores de calidad establecidos por el sistema, con el mejoramiento continuo de la calidad académica.

La acreditación es un proceso voluntario al cual cada instituto educativo opta ejecutar. Nuestra Escuela se ha comprometido a cumplir con todos los criterios de calidad educativa y es por eso que en el año 2010 fuimos reacreditados por esta entidad.

International Advertising Association (IAA)

La International Advertising Association (IAA), está presente en 95 países y gestiona la acreditación de organismos en todo el mundo desde hace 20 años. Actualmente existen más de 40 entidades que conforman la red de educación publicitaria global y entre ellas se encuentra la Escuela de Comunicación Mónica Herrera como la única en la región.La International Advertising Association (IAA), nos acredita por un período de cinco años, en los que todos nuestros graduados de Licenciatura reciben un certificado emitido por ella, reconocimiento ante el que nos responsabilizamos con la mejora continua de nuestra Institución. Esta organización representa los intereses de agencias publicitarias, publicistas, medios de comunicación y otros servicios relacionados a la comunicación en otros países.

Adobe Authorised Training Centre

En la Escuela de Comunicación Mónica Herrera sabemos la importancia de mantener a nuestros alumnos actualizados en cuanto a los programas de mayor demanda profesional.
En el año 2010 con soporte de nuestra área de Formación Continua, nos convertimos en
Partners de Adobe, obteniendo de esa manera el título de Centro de Entrenamiento Autorizado por Adobe. Por sus siglas en inglés AATC que significan Adobe Authorised Training Centre, con esta acreditación Adobe avala y apoya la calidad de enseñanza de los programas que utilizan nuestros alumnos.

Membresías

FELAFACS

Creada en octubre de 1981, la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, es un organismo internacional de carácter no gubernamental que agrupa a más de 300 facultades y/o escuelas de comunicación, pertenecientes a universidades de 21 países de América Latina. Fue creada en octubre de 1981. Su propósito principal es contribuir al desarrollo de la enseñanza y práctica profesional de la comunicación, en sus diversas áreas, en América Latina. Nuestra institución educativa es miembro de FELAFACS desde octubre del 2003.

ICO-D / International Council of Design / Education Network

La Escuela de Comunicación Mónica Herrera, a partir del año 2006 pertenece a la Red Educativa de ICOGRADA, ahora ICO-D, Consejo Internacional de Diseño, entidad profesional mundial para proyectar el diseño, fundada en Londres en 1963.

ICO-D es un Consejo no partidario y no gubernamental, que representa la voz del diseño a nivel internacional, representando los intereses de profesionales del diseño, destacando las mejores prácticas y altos estándares en la gestión, la promoción y la enseñanza del diseño. ICO-D promueve la función esencial del diseñador en la sociedad facilitando la cooperación entre organizaciones de diversa índole, apoyando el intercambio y desarrollo de la enseñanza del diseño en la teoría y en la práctica.

RedUniRSE

La Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial, es un punto de encuentro de universidades privadas, públicas y semipúblicas de la región, creada para favorecer la promoción, animación y sensibilización acerca de la Responsabilidad Social Empresarial.

La Red constituye un ámbito propicio para la cooperación regional e interregional en torno al intercambio de nuevos aprendizajes, investigaciones, buenas prácticas, etc.

Red Gucal XXI
GUCAL XXI es un organismo académico regional latinoamericano, sin fines de lucro, ni vinculación política, integrado por afiliación voluntaria por las personas egresadas de programas de la cooperación alemana en el campo de la gestión de la calidad y el cambio universitario, específicamente de: University Staff Development Programme (UNISTAFF) Programa Internacional de la Gestión de la Calidad y del Cambio en la Educación Superior (UniCambio XXI), Curso de Capacitación en Métodos Innovativos de Autoevaluación (Camina 2001), y de quienes cuenten con formación, capacitación y experiencia en la gestión de la calidad y el cambio en la educación superior.

Fundación Empresarial para la Acción Social
Su objetivo es contribuir al desarrollo económico y social sostenible de El Salvador, promoviendo la cultura de Responsabilidad Social Empresarial, el emprendedurismo y el mejoramiento de la calidad educativa del país.

Convenios
UCES Buenos Aires, Argentina
Nuestra Institución junto con la Universidad Casa Grande de Ecuador, ha firmado un convenio con la Universidad de Ciencias Empresariales en Buenos Aires, que dicta la colaboración académica entre ambas y de las cuales varios de nuestros alumnos ya han participado.

Erasmushogeschool Bruselas, Bélgica
Convenio firmado desde 2008 que promueve el intercambio docente, investigadores y de estudiantes.

École Intuit Lab
Convenio de intercambio de estudiantes de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera con École Intuit Lab de Francia, a través de la Universidad Casa Grande, facultad de Comunicaciones de Guayaquil, Ecuador.

Foro Europeo Escuela de Negocios de Navarra
Este convenio, firmado en el 2011, promueve el Intercambio de experiencias en los campos de la docencia, la investigación, alumnos y cultura en general.

Universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Mónica Herrera Guayaquil, Ecuador
La Escuela de Comunicación Mónica Herrera mantiene un convenio con la Universidad Casa Grande en el que ambas instituciones promueven el intercambio de experiencias, de aprendizaje de docentes, investigadores y estudiantes, elaboración conjunta de proyectos de investigación e intercambios de documentos e información académica.

Universidad de la República Uruguay
Este convenio firmado a través de la Embajada de la República del Uruguay, promueve el Intercambio de experiencias en los campos de la docencia, la investigación, estudiantes, publicaciones y toda otra actividad idónea para lograr objetivos de ambas instituciones.

Alianzas
Estos vínculos nos permiten apoyar y recibir beneficios de empresas e instituciones con las cuales guardamos muy buenas relaciones y con las que buscamos realizar diferentes tipos de actividades.

IED Barcelona Escuela Superior de Diseño
El acuerdo de cooperación de la Escuela y el Instituto Europeo di Design de Barcelona mantiene el objetivo de promover y expandir las actividades de colaboración en apoyo al desarrollo social, cultural, económico, educacional y tecnológico de ambos países, El Salvador y España. Las instituciones proyectan como meta común fortalecer el desarrollo del recurso humano y sus capacidades profesionales. Entre los programas de interés mutuo están los intercambios de educación, de capacitación, de investigación e información.

Universidad Don Bosco y la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, concretaron el proyecto Diseño para la movilidad. que implica pensar en productos o herramientas que faciliten las actividades de una o varias personas en el contexto salvadoreño. El proyecto busca unir un grupo de estudiantes de la carrera de Diseño Industrial de la Universidad Don Bosco y otro grupo de estudiantes de Diseño Estratégico de la Escuela de comunicación Mónica Herrera, para desarrollar una propuesta de productos que responda a la necesidad de movilidad.
El principal objetivo del proyecto, es generar una colaboración entre los estudiantes de las dos carreras, los diseñadores profesionales invitados, Lourdes Mena

(Lula Mena), Ana Urquilla (Laboratorio Syncros) y Javier Cristiani (Markamoderna), la comunidad de artesanos (procesos tradicionales) y fabricantes (procesos semi industriales). Como resultado de esta colaboración se tiene el Proyecto ECMH+UDB Design for mobility, que será exhibido en la International Contemporary Furniture Fair en la ciudad de New York.

ITD (Institute for Training and Development) ubicado en Amherst, Massachusetts y la Escuela de Comunicación Mónica Herrera firmaron un Convenio de Cooperación con el fin de construir relaciones entre ambas instituciones y promover nuevas actividades de cooperación en apoyo a los objetivos sociales, culturales, económicos, educativos y el desarrollo de la fuerza laboral de los Estados Unidos de Norteamérica y El Salvador. ITD y la ECMH comparten los objetivos de promover la educación e intercambio intercultural entre jóvenes y profesionales, y de mejorar las relaciones entre nuestros países.

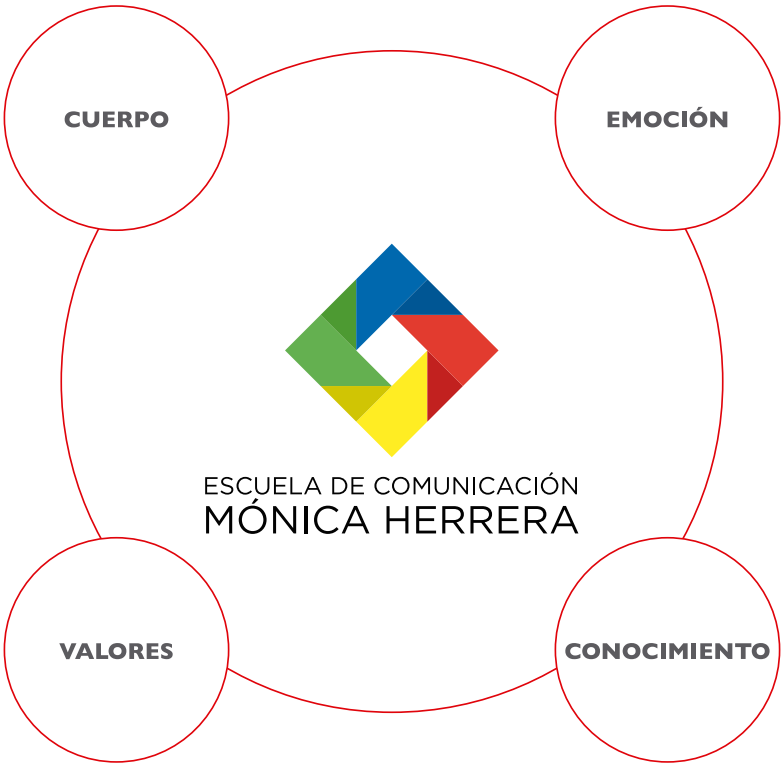
Southeastern Louisiana University, ubicada en Hammond, Louisiana y la Escuela de Comunicación Mónica Herrera firmaron un Acuerdo de Cooperación para promover y expandir las actividades de cooperación en apoyo al desarrollo social, cultural, económico, educacional y tecnológico entre los Estados Unidos de América y la República de El Salvador.

Este Acuerdo representa el establecimiento de un dialogo permanente en las actividades para el desarrollo social, educativo y cultural de ambas naciones. La Escuela de Comunicación Mónica Herrera y Southeastern Louisiana University trabajarán en el desarrollo e implementación de actividades dirigidas al enriquecimiento del recurso humano, se promoverán programas de intercambio educativo, de capacitación, de investigación y de información para estudiantes y docentes de ambas instituciones.

2.7 Metodología de Enseñanza

Aprender a Aprender como postulado principal del proceso de enseñanza que manejamos en el Instituto Especializado Escuela de Comunicación Mónica Herrera, tiene su expresión en la metodología del aprender haciendo.

Nuestra metodología distintiva, es la forma de educar basada en el concepto primario de deutero-aprendizaje que nuestra institución ha hecho propio y que ha enriquecido al mezclarlo con otras teorías sobre el aprendizaje. Mónica Herrera, quien es la fundadora de esta institución define nuestros procesos de trabajo a través del siguiente esquema:



Este sistema de aprendizaje es entretenido, profundo y compuesto porque implica:

• Saber las respuestas o manejar teorías desde las más sencillas, como aprender a hablar correctamente, interpretar y escribir, hasta desarrollar el marco teórico de una tesis y la tesis misma. A eso llamamos conocimiento.

• Saber hacer con el cuerpo, es decir, poner en práctica el aprendizaje, aprender desde la experimentación, la implicación del conocimiento teórico con la práctica.

• Saber manejar las emociones, profundizar en la exploración y conocimiento de la propia personalidad del alumno y cómo manejarla en su entorno.

• Saber poner en práctica valores, porque cuando trabajamos con jóvenes no sólo nos preocuparnos por su formación profesional, sino que igual de importante es su formación ética, por lo que promovemos el concepto de alteridad. El aprender haciendo consiste en estructurar el aprendizaje para hacer aquello que se desea aprender, un construir el aprendizaje, a partir de la experiencia de resolver problemas de comunicación.

Nuestra metodología distintiva busca en nuestros estudiantes potenciar las competencias genéricas del pensamiento crítico, comunicación efectiva, resolución de problemas, trabajo en equipo e innovación.

Estas competencias se desarrollan a partir de experiencias que se planifican en el aula, entendiendo que esta produce aprendizajes significativos.

El profesor de la Escuela es un facilitador del proceso donde los alumnos nunca pierden sus individualidades.

Nuestra esencia está centrada en:
• El alumno, como eje central del proceso de enseñanza aprendizaje.
• Las preguntas, su búsqueda como pilar fundamental del conocimiento.
• El hacer, como espacio para la búsqueda de la experiencia.
• Las experiencias (vivencias), como resultado final del proceso de formación del aprendizaje.
• La estrategia de enseñanza aprendizaje, basada en un conjunto de dinámicas (casos, puertos), talleres y procesos, procura desarrollar las competencias genéricas a partir de la experiencia como factor integrador.

1
2
3
4
5
6
7

INFORMACIÓN GENERAL

3. INFORMACIÓN GENERAL

3.1 Calendario Académico

El año académico comprende dos ciclos: Ciclo 1 y Ciclo 2.

En cada ciclo está contemplado un Open House, con el cual se da inicio al período de exámenes de admisión de la Institución. El calendario se refleja en las actividades académicas más importantes para los estudiantes como: inicio y cierre de ciclo, inicio y otras fechas como: evaluaciones, períodos de vacación, casos, puertos, avances de tesis, entre otras actividades institucionales.

3.2 Requisitos de Admisión

Requisitos de nuevo ingreso

Tienen derecho a postular para ser alumnos de la Institución las personas que acrediten su título de bachiller o equivalente, y presenten su constancia de notas de enseñanza media de instituciones autorizadas por el Ministerio de Educación de El Salvador.

En el caso de alumnos extranjeros, deberán acreditar su situación de egresados de la enseñanza equivalente a la educación media o superior, con certificados debidamente legalizados por el Ministerio de Educación de El Salvador.

Solo obtendrán la calidad de alumnos de la Institución aquellos postulantes que aprueben los exámenes de admisión requeridos.

Los postulantes que sean admitidos deberán presentar los siguientes documentos:

• Solicitud de ingreso debidamente llena.
• Una foto reciente tamaño cédula.
• Partida de nacimiento reciente, que deberá ser autenticada cuando se trate de un extranjero.
• Copia de Documento Único de Identidad o del Carné de Residente cuando se trate de un extranjero.
• Copia de Número de Identificación Tributaria (NIT).
• Copia del resultado de la Prueba de Aprendizaje y Aptitudes para Egresados de Educación Media (PAES).
• Fotocopia del título de bachiller.
• Copia de notas certificadas por el Ministerio de Educación de cada uno de los años de bachillerato.
• Comprobante de pago de la primera cuota correspondiente al plan de pago seleccionado.
• Título y notas legalizadas ante el Ministerio de Educación de El Salvador (aplica sólo para estudiantes extranjeros).

La admisión del aspirante es aprobada por la Comisión Evaluadora conformada por la Dirección General, Dirección Académica y Directores de Carrera.

Requisitos de Ingreso por Equivalencia
Los estudiantes de otras universidades legalmente establecidas en el país o en el extranjero, que deseen continuar sus estudios en esta Institución deberán tramitar sus equivalencias con base en lo siguiente:

• Presentar su solicitud ante Registro Académico.
• Las solicitudes de equivalencias son resueltas por el respectivo Director de Carrera.
• Presentar programas de asignaturas de la Institución de la cual proviene debidamente legalizados.
• Para conceder equivalencia de las asignaturas aprobadas en otra universidad, el estudiante deberá presentar la certificación de notas debidamente autenticada.
• El estudiante que ingrese por equivalencia deberá cursar y aprobar en esta Institución como mínimo 32 U.V. en la carrera de su elección.

La admisión del aspirante es aprobada por la Comisión Evaluadora conformada por la Dirección General, Dirección Académica y Directores de Carrera.

Requisitos de Re-Ingreso

Los estudiantes inactivos por más de un ciclo académico que deseen continuar sus estudios en la Institución podrán realizar los trámites de re-ingreso en Registro Académico y deberán presentar los siguientes documentos:

• Solicitud de ingreso debidamente llena.
• Una foto reciente tamaño cédula.
• Solicitud de plan de absorción por cambio de pensum, si aplica.
• Solicitud de equivalencias internas para cambio de carrera, si aplica.

Los estudiantes de re-ingreso se incorporarán al último plan de estudios vigente en el ciclo y año de su re-ingreso.

3.3 Administración

Administración Académica
Ejecutada por la Dirección Académica que se encarga de generar las actividades necesarias para implementar los proyectos académicos, de investigación y de proyección social de la Institución. Vela por el cumplimiento de políticas, reglamento interno, procesos y procedimientos que rigen nuestro marco institucional. Así mismo, en la búsqueda de la mejora continua, impulsa el crecimiento académico y moral de los estudiantes.

Administración Financiera
Por su parte el personal administrativo, bajo la guía del Director Administrativo-Financiero, planifica y toma decisiones adecuadas en su área de competencia, acordes con los lineamientos establecidos por el Consejo Superior, que garanticen un impacto positivo en los servicios de educación superior que nuestra Institución ofrece, siempre con el énfasis de cumplir nuestra Misión y los objetivos emanados de ella.

3.4 Servicios Estudiantiles

Secretaría de Asunto Estudiantiles
La Secretaría de Asuntos Estudiantiles es responsable de administrar o coordinar los principales programas de atención a las necesidades individuales y colectivas de los alumnos de la Institución. Participa y brinda asistencia directa desde la fase de promoción del nuevo ingreso hasta la vinculación con los egresados, relacionándose con los funcionarios académicos y administrativos para que se ejecuten otros programas de asistencia durante la permanencia del alumno en la Escuela.

Tiene a su cargo los siguientes programas:

Organización y Asesoría del CENTRO DE ALUMNOS (Gobierno estudiantil)
El Centro de Alumnos es la instancia que canaliza las inquietudes, aspiraciones e intereses de los alumnos de manera organizada, presentándolas ante las autoridades de la Escuela, y a la vez, educando a los estudiantes en la práctica de sus derechos y deberes.

Promueve en el alumnado el trabajo académico orientado a la excelencia, procurando que se desarrolle y fortalezca el ambiente educativo.

¿Quién lo integra?
Está constituido por los representantes nombrados por los alumnos de cada año, por medio de votación secreta. Sus miembros duran un año en las funciones y deben mantener siempre un buen rendimiento académico

Atención y Asesoría Psicopedagógica
A lo largo de la carrera los estudiantes de nuestra institución reciben una orientación educativa que les permite comprender su espacio

educativo, identificar dificultades en su desarrollo académico y superar problemas personales y de adaptación a la institución.

Actividades Culturales y Deportivas
La Escuela ofrece la oportunidad de realizar diferentes tipos de deportes: fútbol sala, básquetbol, voleibol, tenis de mesa, karate y otros.

La Escuela también ofrece a sus estudiantes talleres de teatro, fotografía, baile, música, liderazgo y otros.

Seguimiento a Becados
Con esta acción se busca apoyar a los estudiantes que han recibido beneficios del programa de ayuda financiera.

El programa se sustenta en los siguientes principios: Excelencia académica, para incentivar mayor esfuerzo, rendimiento y eficiencia académica; solidaridad, para destinar parte de los ingresos por escolaridad en la sustentación del programa; equidad, al permitir que concursen los que califican para la ayuda prevista; colaboración, que deben prestar los beneficiarios de este programa en favor de la Institución.

Vinculación Institucional
El Programa de Vinculación Institucional de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera tiene como misión mantener comunicación directa con alumnos y ex alumnos de la institución, con el fin de que continúen integrados a la comunidad educativa.

Dentro de Vinculación Institucional se desarrollan los siguientes programas:

• Prácticas Laborales Supervisadas
Estas son aquellas actividades aprobadas por la Escuela de Comunicación Mónica Herrera (ECMH), en donde los estudiantes se insertan en un ambiente laboral específico, que les permite aplicar los conocimientos adquiridos en su formación académica, dirigidas exclusivamente para alumnos de 3ro y 4to año.

Tiene como objetivos:
a. Desarrollar experiencias prácticas dentro del mundo laboral de empresas, instituciones y organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales, regionales y multinacionales.
b. Desarrollar en los alumnos distintas competencias profesionales, dentro de un contexto real.
c. Enriquecer los conocimientos de los estudiantes de forma práctica.

• Bolsa de Trabajo
El programa de Bolsa de Trabajo de la ECMH busca incrementar las oportunidades de inserción laboral para nuestros estudiantes, graduados y ex alumnos, fomentando la superación profesional.

Tiene como objetivo:
Brindar a Instituciones y empresas profesionales con experiencia en diversas áreas como lo son: Diseño Estratégico, Mercadeo, Comunicaciones, Publicidad y medios digitales; capaces de desarrollar e implementar estrategias globales que contribuyan al crecimiento de las mismas.

Con el programa Bolsa de Trabajo se procura:
a. Crear una vía efectiva para la ubicación de los interesados en el mundo laboral.
b. Generar una comunicación efectiva con las empresas y organizaciones que permita conocer sus expectativas y necesidades.
c. Brindar a los estudiantes y ex alumnos diversas ofertas laborales que vayan acorde a su perfil.

• Vinculación con Egresados
La vinculación con egresados es una relación donde la Escuela ofrece charlas y/o eventos de interés para nuestra comunidad de ex alumnos. Con este tipo de reuniones se busca mantener un contacto directo con ellos y ofrecerles siempre temas de interés y actualidad.

Biblioteca
Es la unidad que gestiona y proporcionar el servicio de los recursos bibliográficos, en formato impreso y digital, para cubrir las necesidades de información de su comunidad educativa y apoyar sus programas de estudio, de investigación y demás servicios.

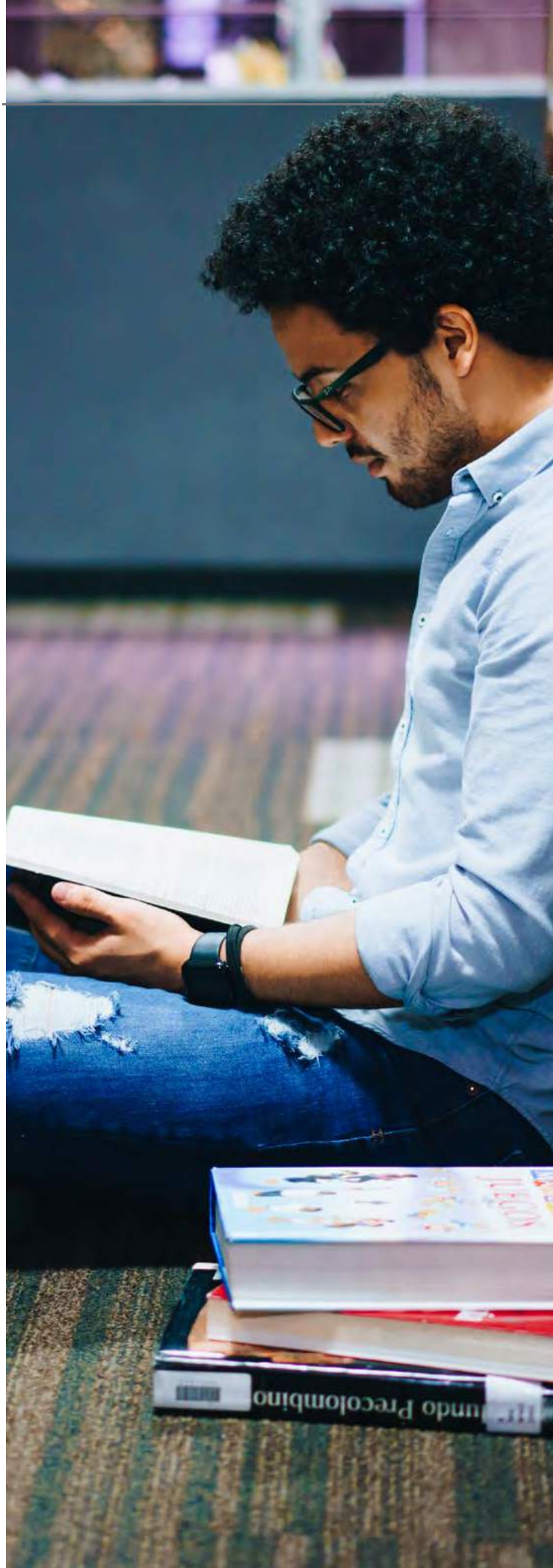
Estos materiales están organizados atendiendo al tipo de soporte, tales como: libros, revistas, diccionarios, enciclopedias, tesis, casos de campañas publicitarias y de comunicación social, audiovisuales, documentos en línea, libros electrónicos, dispositivos Kindle y bases de datos que incluyen diccionarios, libros, imágenes, revistas, artículos y documentos académicos.
La Colección General funciona bajo el sistema de estantería abierta, lo que les facilita y pone a disposición inmediata de nuestros usuarios, todo el acervo de dicha colección.

Está automatizada para facilitar el acceso a los usuarios, por lo que permite la búsqueda, consulta y la solicitud de materiales por medio del catálogo en línea, ya sea en sus instalaciones o en forma remota por medio de la página web de la Escuela.

La Biblioteca es más que un lugar con muchos libros y espacios de estudio. Proporciona servicios de calidad y garantiza el acceso a su acervo bibliográfico en cantidad, clase de material y tiempo de préstamo por medio de recurso humano idóneo, horario de servicio continúo (12.5 horas al día), préstamos internos y externos. Además, facilita la conexión a internet para ampliar la investigación en bibliotecas virtuales.

Taller Audiovisual
Las prácticas en esta área se definen con base a horarios y reservaciones previamente establecidas, máximo dos alumnos por asistencia. Cuenta con equipo para manipulación de cualquier tipo de cinta (VHS, Betamax, Hi8, MiniDV y DVD) y conversión de video a cualquier tipo de formato o quemado a DVD. Esta área es estríctamente para tareas audiovisuales, tesis y casos.

Cabina de Radio
Las prácticas en esta cabina se definen con base a horarios y reservaciones previamente establecidas. Con un máximo de seis alumnos por práctica. La cabina cuenta con equipos para experimentación como computador, consola de audio análoga y digital, CD player y reproductor MP3, micrófonos, amplificador, audífonos especiales, pedestales, cables de audio, conectores y una sala de acondicionamiento acústico. Las prácticas que se realizan en este laboratorio son: ejercicios de modulación de voz, grabaciones y edición de audios.



Laboratorios Digitales
Se tienen tres laboratorios digitales, dos laboratorios equipados con 15 computadoras Apple iMac Platinum 21.5" de última generación, proyección de alta definición y bocinas con alta fidelidad en sonido, cada uno de estos laboratorios son utilizados para impartir clases, y un laboratorio con 10 equipos iMac de acceso libre para los alumnos y docentes para desarrollo de prácticas. Todas las computadoras cuentan con licenciamiento autorizado relacionado al diseño gráfico y web, edición de videos y fotografía, paquetería ofimática, entre otros. Además, en Biblioteca se tienen dos equipos como kioskos para consulta (biblioteca, notas, recursos digitales, etc.). Todos los equipos cuentan con conexión a internet.

Laboratorio de prototipos
El Laboratorio de Prototipos cuenta con diferentes técnicas para el desarrollo de prototipos, entre ellas: un taller de carpintería con maquinaria para prototipos en madera; un taller de cerámica para generación de moldes y pequeñas producciones en serie de productos; y un taller de fabricación digital, que cuenta con una máquina cortadora láser, para generar prototipos rápidos con programas CAD (Diseño Asistido por Computador). Este espacio es principalmente utilizado por los estudiantes de la carrera de Diseño Estratégico.

Estudio Fotográfico
La institución cuenta con un área de prácticas para la materia de Fotografía y tiene un amplio espacio, luces, aire acondicionado, cortinas de fondo y ciclograma.

El préstamo del área se hace con solicitud para su reservación y el uso se restringe a horarios de oficina.

El préstamo es estrictamente para uso de tareas de fotografía, casos, productos de diseño y no para préstamo de uso personal o de particulares.

Cafetería
El servicio de cafetería se ofrece en la Casa Soundy y en la Casa Kravetz; en ambas áreas los alumnos, docentes y personal administrativo pueden adquirir comida rápida, snacks y bebidas.

Seguridad y Estacionamiento
La institución se preocupa por la seguridad de sus alumnos, por lo cual el servicio de vigilancia se ofrece las 24 horas con personal competente y se dispone de áreas de estacionamiento con capacidad de 164 vehículos.

Conexión Inalámbrica
Como un servicio adicional al estudiante y a la comunidad educativa se dispone de puntos de acceso inalámbrico a Internet, que les permite conectarse durante las horas de clase en todas las instalaciones.

3.5 Aranceles

Examen de admisión	*$20.00*
Inscripción extemporánea	*$25.00*
Reposición de carné	*$3.00*
Reposición de talonario	*$15.00*
Multa por pago extratemporáneo de mensualidad (a partir del 17 de cada mes)	*$25.00*

Registro Académico*

Constancia de notas certificadas (aprobadas y reprobadas)	*$1.14 por asignatura*
Programas de estudio	*$1.00 por programa*
Estudio de equivalencias para ingreso	*$7.00*
Reposición de título (tiempo máximo de entrega: 2 meses)	*$200.00*
Cobro por cada año transcurrido sin que se retire el titulo original después de graduación	*$25.00*

*Trámites de 3 días hábiles

Biblioteca

Atraso en la devolución de libros	*$0.60 por libro y por día*

3.6 Actividades Pedagógicas

Talleres de Cátedra

Los talleres son las instancias metodológicas básicas. Son una forma innovadora de practicar los contenidos que se van a impartir o facilitar. Sus objetivos varían de acuerdo con el año en que se desarrollan, así:

Primer Año

El objetivo es Aprender a Aprender. Los talleres deben plantear una forma distinta de ver los procesos de aprendizaje y generalmente son actividades donde se involucra mucho el hacer. La clave es romper paradigmas y presentar una forma distinta de vivir la enseñanza, basada en la facilitación, la individualidad y los valores. Son, generalmente, talleres prácticos.

Segundo Año

Ya es una necesidad entrar a la dimensión del Aprender Haciendo. En este año se diseñan dinámicas vinculadas al quehacer de cada una de las disciplinas que se imparten, el énfasis está en el establecimiento de relaciones y en practicar en el contexto. Las dinámicas implementadas deben siempre procurar un producto concreto.

Tercero, Cuarto y Quinto Año
En este nivel se incorporan los talleres teóricos además de los talleres y dinámicas prácticas. El objetivo acá es el Aprender a Pensar. Las actividades buscarán reforzar el comportamiento reflexivo sobre los fenómenos que se estudian.

En ambos casos, estas instancias se diseñan planificando resultados focalizados en el pensar, en la búsqueda de los fundamentos. La formación de criterios y la capacidad de discriminación son las vertientes fundamentales en el diseño de estas dinámicas.

Casos y Puertos
Son dos tipos de actividades que se centran en el proceso que vive el alumno. Se basan en que el conocimiento se adquiere a través del hacer y se caracterizan en que el proceso de aprendizaje que es vinculante e interactivo.

Casos
Es una actividad pedagógica globalizadora, que permite a los alumnos acercarse a la realidad laboral, social y de su entorno, y aplicar sus conocimientos, habilidades e intereses, en la solución de un problema concreto.

Los CASOS son la actividad central del proceso de enseñanza aprendizaje:
• Se vincula el proceso de enseñanza con la realidad social y empresarial, proyectando el
nivel de profesionalismo de la institución y sus estudiantes.
• Permite que los alumnos se acerquen al problema planteado en forma integral. (Aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a trabajar juntos y aprender a ser)
• Permite a la institución evaluar los niveles de competencias logrados y detectar debilidades para corregir, adecuar y tomar medidas académicas posteriormente.

Los alumnos de segundo a quinto trabajan problemáticas con clientes reales, mientras que primer año lo hace con clientes ficticios. Estas son trabajadas a nivel de propuesta o como proyectos en donde ponen en práctica la gestión y ejecución de manera integral.

Puertos
Los puertos nacieron como una adaptación de los tradicionales "workshop" que realizan las agencias internacionales de publicidad, y estos consisten en organizar a los alumnos en grupos que, bajo la presión del tiempo y en un mismo contexto, puedan desarrollar actividades profesionales y/o académicas en una suerte de competencia y trabajo en equipo.

Los puertos son la esencia de lo que denominamos "Juegos Pedagógicos" y tienen las siguientes características:
• Forman parte de la estructura metodológica de la Escuela.
• Son la piedra angular de nuestro sistema de enseñanza-aprendizaje.
• Su creación fusiona el conocimiento que se trabaja en cada una de las asignaturas.
• Se trabajan las competencias genéricas de formación.
Se dividen según sus objetivos y niveles:

PUERTO LIMÓN

• Primer Año: Puerto Limón.
El convivir y trabajo en equipo.
En este nivel, de manera global, importa esencialmente centrarse en las vivencias, experiencias y creencias que los alumnos tienen como jóvenes. De manera que él o ella, desde sus vivencias o experiencias y a través de las actividades pedagógicas, vaya descubriendo que el aprendizaje es un proceso activo que tiene que ver con algo más, con diseñarse a sí mismo más que acumular pasivamente una serie de contenidos.

En definitiva en Primer año importa que los alumnos sean conscientes de que son protagonistas de su propio proceso de aprendizaje.

PUERTO NARANJA

• Segundo y Tercer Año: Puerto Naranja.
La verdad acerca del aprender haciendo.

• Los alumnos de segundo y tercer año conforman Estudios de Innovación.
• Se concentran en un único y gran desafío que busca desarrollar y reforzar el pensamiento analítico, crítico, creativo, estratégico y sobretodo la innovación.
• Buscan poner en práctica todos los contenidos abordados hasta ese momento en un gran proyecto real.
• Se refuerza mucho el trabajo en equipo y enfrentamiento con la frustración y la presión del trabajo profesional, además de la improvisación.

CUATRO REAL

• Cuarto Año: 4 Real.
Desarrollando estrategias transformadoras.
• Para este nivel, los estudiantes se convierten en empresas de planificación estratégica.
• Se reduce la cantidad de clientes y pedidos.
• Aumenta el nivel de dificultad y exigencia.
• Pretende que los estudiantes pongan en práctica todo lo aprendido y sean capaces de desarrollar planes estratégicos a largo plazo, consistentes y realistas.
• Generar un ambiente profesional de trabajo.
• Complementa lo cognitivo, lo procedimental y lo actitudinal.
• Espacio a la práctica que desencadene un mayor aprendizaje en torno a la planificación estratégica.

CIUDAD VERDE

• Quinto Año: Ciudad Verde.
Preparándonos para el cambio.

El objetivo central es que el alumno tenga una experiencia de crecimiento integral; que actúe simultáneamente en los niveles personal y profesional para una mejor incorporación en el campo laboral y en la sociedad en general.

QUE EL
NO PUED
SIN TUS

MUNDO
DA VIVIR
S IDEAS

3.7 Actividades Institucionales

Open House

Se desarrolla dos veces en el año, una vez en cada ciclo. Se invita a estudiantes de instituciones de educación media interesados en ingresar a la Escuela, donde se les amplía la información sobre las carreras, metodología de enseñanza, calidad académica, costos y facilidades de pago. En esta actividad se exponen trabajos de los alumnos, en los cuales se refleja nuestra metodología de enseñanza aprendizaje.

Conferencias con especialistas invitados

Durante el año académico, la Escuela programa ciclos de conferencias con especialistas para apoyar la formación académica de los estudiantes, complementando así la carrera con temas de cultura general que no están incluidos en el pensum, con lo que se fortalece la formación integral del estudiante.

Premiación al "Caso más Chivo"

La Escuela premia con el "Caso Más Chivo" a los estudiantes de primero a quinto año que obtuvieron los mejores resultados en el desarrollo de los casos initucionalizados. La premiación se realiza al finalizar el año académico.

Semana Mónica Herrera

Período en que los "Mónicos" comparten actividades que buscan la proyección e integración de toda la comunidad Escuela, alumnos, futuros alumnos, ex alumnos, docentes, empresas y personalidades dentro del medio; y se ven envueltos en actividades académicas y culturales dentro de un espacio donde se vive al máximo la comunicación y el diseño.

En el marco de la celebración de la "Semana Mónica Herrera" se contemplan varias actividades entre las que se destacan:

Clase Magistral

Esta es una actividad pedagógica de vital importancia en la Escuela, en la cual un experto de las comunicaciones, les da la bienvenida a los alumnos de primer año y sus padres. La temática de esta clase cambia año con año.

Expo Comunicación

Esta actividad académica es realizada desde el año 2000 por los alumnos de segundo año como parte de los proyectos de casos. Consiste en difundir a través de un proyecto integrador, diferentes tópicos de la

cultura salvadoreña. Hasta la fecha se han realizado doce versiones de la Expo-comunicación, entre las cuales se encuentran: "Arte Promoviendo Arte", "Salvadorescencia: Huellas de un Pueblo", "Ritmos y Raíces", "Nuestras Raíces, Herencia del Futuro", "Letras y Poesía", "La Migración, el Fenómeno de la Transculturización Vista desde los Ojos de un Comunicador", "Jóvenes Talentos Salvadoreños", "Santa Tecla: Pasado, Presente y Futuro", "Comunicaciones Estratégicas: Nuestra Mirada de un Mundo en Constante Innovación", "La Evolución de la Publicidad", "Talento Joven Salvadoreño" y "Talento Líder Salvadoreño".

Expo-gourmet

Los alumnos de primer año dentro de los proyectos de Casos, desarrollan desde el año 2000, la tradicional Expo-gourmet. Esta actividad académica busca que los alumnos realicen una instalación en donde plasmen un concepto innovador de negocio en el rubro de alimentos. Esta actividad busca incentivar el espíritu emprendedor de los alumnos, el trabajo en equipo, la planificación, la creatividad y la importancia de que todo comunica. Durante la muestra los participantes dan a degustar los mejores platillos de su concepto de negocio. A esta actividad asisten: padres de familia, invitados externos a la institución y el jurado calificador del certamen.

Litfest

La Escuela celebra anualmente el Litfest, el festival de la literatura. Una celebración que tiene como objetivo abrir un espacio de convivencia entre los miembros de la Comunidad Escuela vinculando diferentes expresiones artísticas: literatura, danza, música, pintura, cine, teatro, artes plásticas. Durante el año, también se llevan a cabo actividades integradoras como: Festival de teatro; Crea T-Shirt; Feria Invierte: exposición de modelos de negocio innovadores, entre otros.

3.8 Investigación Institucional y Proyección Social

Al igual que la formación profesional y la docencia, la investigación y proyección social son actividades fundamentales en el quehacer de la Escuela. Juntas forman la base de una estrategia integral de acción social donde el desarrollo sustentable de la sociedad constituye el fin último.

La investigación es un componente transversal de la programación académica y administrativa de la Institución, jugando un papel fundamental en su quehacer académico innovador, orientado a impactar en la comunidad local, nacional e internacional.

Investigación Institucional

Líneas de investigación

1. Estudios de audiencias y recepción: consumidores y usuarios.

1.1. Consumo de medios tradicionales y digitales: enfoques cuantitativos y cualitativos.

1.2. Perfiles de consumidores y usuarios y procesos de decisión de compra.

2. Industrias culturales y producción de discursos tradicionales y transmediáticos.

2.1. Historia, estructura, funcionamiento y tendencias de medios de comunicación masivos y de las industrias culturales.

2.2. Surgimiento, desarrollo, estructura y funcionamiento de medios digitales, redes sociales y otros productos transmediáticos y multimediáticos.

2.3. Análisis de discurso y narrativas mediáticas y transmediáticas.

2.4. Impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación en la sociedad.

3. Teoría, práctica y gestión de las comunicaciones de marketing y el diseño estratégico.

3.1. Teoría, historia y tendencias.

3.2. Metodologías, procesos, modelos, herramientas y usos.

3.3. Investigación aplicada.

3.3.1. Área social.

3.3.2. Área comercial.

4. Comunicación, diseño y educación.

4.1. Nuevas formas de enseñanza y aprendizaje en el diseño y la comunicación.

4.2. Formación y evaluación por competencias.

4.3. Evaluación de procesos pedagógicos.

Proyección Social

Nuestra Escuela tiene una visión propia del significado de proyección social: está orientada a la proyección hacia la comunidad, a su entorno y a la empresa en equipos multidisciplinarios que permitan a los alumnos resolver problemas en las áreas sociales, innovación centrada en el usuario, desarrollo de conceptos gráficos y urbanos, responsabilidad social empresarial, integración de comunidades, inclusión social y apoyo al combate de la violencia en comunidades menos favorecidas. Que, a través de proyectos sociales, culturales, académicos, comerciales o investigativos, la comunidad académica contribuya en la solución o propuestas de solución de las diferentes problemáticas, poniendo sus conocimientos al servicio de otros.

Esa visión transforma nuestra proyección social en un proceso de interacción efectiva con el ámbito social, permitiéndonos contribuir a la construcción de la nación salvadoreña del futuro, desde una reflexión académica crítica y creativa.

Las acciones de proyección social exponen a estudiantes y catedráticos a problemáticas reales en donde su aporte desde el ámbito académico se refleja en acciones concretas convirtiéndolos en agentes de cambio para contribuir a determinar el rumbo que el país puede tomar.

Así generamos un aporte real a la transformación social, no sólo en la formación profesional de quienes tendrán la responsabilidad de realizar los cambios del futuro, sino en la acción directa, humanista, efectiva y transformadora de las comunidades de su área de influencia.

Proyección Social trabaja en cuatro áreas:

1. Proyectos y actividades relacionadas al desarrollo humano.
2. Proyectos y actividades de apoyo y promoción a la Ciudad de Santa Tecla principalmente y a otras zonas del país.
3. Actividades de Extensión.
4. Publicación y Difusión del conocimiento.

DESCRIPCIÓN DE CARRERAS

4. DESCRIPCIÓN DE CARRERAS

4.1 Comunicaciones Integradas de Marketing

Duración en años y ciclos: 5 años, 10 ciclos
Número de asignaturas: 59 asignaturas
Número de U.V.: 201 U.V.

Objetivos
Objetivo General
• Brindar las bases teóricas y prácticas de la carrera mediante experiencias significativas, para generar capacidad de respuesta a las demandas de las comunicaciones integradas de marketing.

Objetivos Específicos
• Formar profesionales íntegros, capaces de generar procesos de innovación en la práctica y gestión de la comunicación estratégica.
• Formar profesionales que contribuyan al desarrollo de las comunicaciones integradas de marketing en el país y la región.

Perfil Profesional
Nuestro licenciado/a en Comunicaciones Integradas de Marketing es un profesional ético, capaz de trabajar en equipo, innovar y romper barreras a través de la comunicación estratégica. Su capacidad de análisis y conocimiento del consumidor y su entorno, le permiten construir relaciones sinérgicas y sostenibles entre la organización y sus públicos, mediante la planificación, ejecución y administración de estrategias de comunicaciones integradas de marketing.

Requisitos de Graduación
Requisitos para graduarse de la Licenciatura en Comunicaciones Integradas de Marketing:
• Haber egresado de la carrera y tener vigente una declaración formal de ello.
• Haber realizado 500 horas de servicio social.
• Haber satisfecho el requisito del Trabajo de Graduación correspondiente. (Ver Reglamento Interno General de la Institución Capítulo IV desde Art. 150 al Art. 178).
• Haber cumplido con los siguientes requisitos:
- Estar solvente en sus obligaciones financieras con la Institución.
- Estar solvente respecto al uso de los servicios de biblioteca, registro académico, recursos de apoyo y otros que se le indiquen.
• Haber cumplido los requisitos establecidos en la normativa interna del Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Comunicaciones Integradas de Marketing.

Requisitos Especiales De Graduación
Prácticas Laborales
• Completar 480 horas de prácticas laborales en áreas relacionas a la carrera.

• La Dirección de Carrera validará la aplicación de las horas laboradas, las cuales se registrarán en el expediente del alumno.

Juegos Pedagógicos

• Participar en los Juegos Pedagógicos que contempla la Institución y aprobar con la nota mínima aquellos que involucran una calificación.

Dominio del InglésCAE
(Cambridge)
CAE
(Cambridge)

• Cumplimiento del requisito de dominio del idioma inglés.

• La Institución acepta las siguientes pruebas y certificaciones para el cumplimiento del dominio del idioma inglés:

- TOEFL: prueba de inglés como idioma extranjero.
- TOEIC: prueba de inglés para comunicación internacional.
- FCE: certificado de inglés intermedio.
- CAE (CAMBRIDGE): certificado de inglés avanzado.

IDIOMA	PRUEBA	NIVEL
INGLÉS	TOEFL (versión impresa)	500/B2.2
	TOEFL (versión electrónica)	173/B2.2
	TOEIC (versión impresa)	625
	CAE (Cambridge)	500-550

• Los resultados de las pruebas no tendrán caducidad para el propósito específico que da constancia del dominio de un segundo idioma.

• Los diplomas o constancias obtenidos como resultado de un curso o programa de estudio del inglés no constituyen prueba de dominio de este idioma.

• Esta disposición aplica para alumnos con ingreso a partir del ciclo 01/2012

• El Consejo Técnico podrá eximir de este requisito a aquellos alumnos cuya lengua materna es el idioma inglés.

CIM

LICENCIATURA EN COMUNICACIONES IN DE MARKETING

AÑO 1

CICLO 1

Cód. de materia 0201206
Prerrequisito Bachillerato
UV 3
Fundamentos Económicos

Cód. de materia 1001145
Prerrequisito Bachillerato
UV 4
Teoría de la Comunicación I

Cód. de materia 0101283
Prerrequisito Bachillerato
UV 4
Fotografía

Cód. de materia 0101152
Prerrequisito Bachillerato
UV 4
Taller Creativo

Cód. de materia 0701040
Prerrequisito Bachillerato
UV 3
Redacción

Cód. de materia 0801036
Prerrequisito Bachillerato
UV 3
Tecnología de la Información y la Comunicación

CICLO 2

Cód. de materia 0201165
Prerrequisito Bachillerato
UV 4
Fundamentos de Gestión Empresarial

Cód. de materia 1001146
Prerrequisito 1001145
UV 4
Teoría de la Comunicación II

Cód. de materia 1001147
Prerrequisito Bachillerato
UV 3
Hitos Históricos de la Comunicación

Cód. de materia 1001148
Prerrequisito Bachillerato
UV 4
Comunicación No Verbal

Cód. de materia 0701041
Prerrequisito 0701040
UV 3
Redacción Creativa

Cód. de materia 0201207
Prerrequisito Bachillerato
UV 3
Matemática Financiera

AÑO 2

CICLO 1

Cód. de materia 0201167
Prerrequisito 0201165
UV 4
Marketing Estratégico

Cód. de materia 1001149
Prerrequisito 30 UV
UV 3
Comportamiento del Consumidor

Cód. de materia 1001150
Prerrequisito 30 UV
UV 4
Investigación Cuantitativa

Cód. de materia 0101153
Prerrequisito Bachillerato
UV 4
Taller Audiovisual

Cód. de materia 0101154
Prerrequisito Bachillerato
UV 4
Diseño y Comunicación Visual I

Cód. de materia 0201209
Prerrequisito Bachillerato
UV 3
Contabilidad Financiera

CICLO 2

Cód. de materia 0201169
Prerrequisito 0201167
UV 3
Planning

Cód. de materia 0201170
Prerrequisito 0201167
UV 3
Estrategia de Producto y Servicio

Cód. de materia 1001177
Prerrequisito 1001150
UV 4
Investigación Cualitativa

Cód. de materia 1001152
Prerrequisito 52 UV
UV 3
Psicología

Cód. de materia 0101155
Prerrequisito 0101154
UV 4
Diseño y Comunicación Visual II

Cód. de materia 1001153
Prerrequisito 52 UV
UV 3
Inteligencia Emocional

AÑO 3

CICLO 1

Cód. de materia 0201171
Prerrequisito 0201167
UV 3
Estrategia de Distribución

Cód. de materia 0201213
Prerrequisito 0201167
UV 3
Precios y Costos

Cód. de materia 1001178
Prerrequisito 1001177
UV 3
Investigación de Contenido

Cód. de materia 1001155
Prerrequisito 1001146
UV 4
Sociología de la Comunicación

Cód. de materia 0801025
Prerrequisito 72 UV
UV 4
Diseño Web

Cód. de materia 0801026
Prerrequisito 72 UV
UV 4
Branding y Nuevas Tecnologías

Integ

Duración: 5 años (10 ciclos)
Asignaturas: 59
Unidades Valorativas: 201

Especialización I
Especialización II
Especialización III
Especialización IV
Especialización V
Especialización VI

Opción Managen

Gestión de las Inteligencias
Sistema Administrativo
Gestión de los Recursos de l
Análisis Financieros
Liderazgo y Gerencia
Derecho y Empresa

NTEGRADAS

LÍNEAS DE FORMACIÓN

- Marketing
- El Consumidor en su Entorno
- Comunicación Estratégica
- Administración y Gestión
- Especialización

3

CICLO 2

- d. de materia 0201214 Prerrequisito 93 UV UV 4 — Estrategias de Comunicaciones gradas de Marketing I
- d. de materia 0201215 Prerrequisito 0201167 UV 3 — E-business
- d. de materia 1001156 Prerrequisito 1001155 UV 4 — Antropología
- d. de materia 1001179 Prerrequisito 93 UV UV 3 — Semiótica
- d. de materia 0701042 Prerrequisito 0701041 UV 3 — Redacción para Multimedios
- d. de materia 0201216 Prerrequisito 0201209 UV 4 — Evaluación de Proyectos

AÑO 4

CICLO 1

- Cód. de materia 0201176 Prerrequisito 114 UV UV 4 — Estrategias de Comunicaciones Integradas de Marketing II
- Cód. de materia 1001180 Prerrequisito 1001178 UV 4 — Investigación en Comunicación
- Cód. de materia 1001159 Prerrequisito 1001156 UV 3 — Cibercultura
- Cód. de materia 1001160 Prerrequisito 114 UV UV 3 — Debate y Argumentación
- Cód. de materia 0701043 Prerrequisito 114 UV UV 3 — Redacción de Textos Académicos
- Cód. de materia 0201177 Prerrequisito 114 UV UV 3 — Gestión de Proyectos

CICLO 2

- Cód. de materia 0201178 Prerrequisito 134 UV UV 4 — Estrategias de Comunicaciones Integradas de Marketing III
- Cód. de materia 0201179 Prerrequisito 134 UV UV 3 — Sostenibilidad y RSE
- Cód. de materia 0201180 Prerrequisito 134 UV UV 4 — Comunicación Organizacional
- Cód. de materia 0201181 Prerrequisito 134 UV UV 3 — Especialización I
- Cód. de materia 0201182 Prerrequisito 134 UV UV 3 — Especialización II
- Cód. de materia 0201183 Prerrequisito 0201177 UV 3 — Gestión de la Innovación

AÑO 5

CICLO 1

- Cód. de materia 0201217 Prerrequisito 0201214 0201176 0201178 UV 4 — Gerencia de Marketing
- Cód. de materia 1001181 Prerrequisito 154 UV UV 3 — Sistemas Políticos
- Cód. de materia 1001182 Prerrequisito 1001180 154 UV UV 3 — Seminario de Titulación
- Cód. de materia 0201218 Prerrequisito 154 UV UV 3 — Especialización III
- Cód. de materia 0201219 Prerrequisito 154UV UV 3 — Especialización IV
- Cód. de materia 0201220 Prerrequisito 0201216 154 UV UV 4 — Emprendimiento

CICLO 2

- Cód. de materia 0201221 Prerrequisito 174 UV UV 3 — Comercio Internacional
- Cód. de materia 1001183 Prerrequisito 174 UV UV 3 — Filosofía y Epistemología
- Cód. de materia 0201222 Prerrequisito 174 UV UV 3 — Especialización V
- Cód. de materia 0201223 Prerrequisito 174 UV UV 3 — Especialización VI
- Cód. de materia 0201224 Prerrequisito 174 UV UV 3 — Estadística Aplicada

ment

a Organización

Opción Planning

- Pensamiento y Análisis Estratégico
- Planificación de Medios
- Innovación en CIM
- Taller de CIM
- Gestión de Negocios de CIM
- Gerencia de Marca

PROYECTO DE TITULACIÓN

4.2 Comunicación y Estrategia Digital

Duración en años y ciclos: 5 años, 10 ciclos
Número de asignaturas: 56 asignaturas
Número de U.V.: 200 U.V.

Objetivos
Objetivo General
• Formar profesionales preparados para apoyar la comunicación en medios digitales en las organizaciones, demostrado su capacidad emprendedora, crítica e innovadora.

Objetivos Específicos
• Formar profesionales que brinden estrategias de comunicación acordes a las necesidades del mensaje utilizando herramientas y medios digitales.
• Generar autoempleo con emprendimientos para formar empresas que puedan comercializar sus servicios a nivel local e internacional.

Perfil Profesional
Nuestro licenciado/a en Comunicación y Estrategia Digital es un profesional creativo e innovador, capaz de diseñar y ejecutar estrategias efectivas e integrales de comunicación en medios digitales para organizaciones privadas y públicas.

Diseña estrategias de comunicación para proyectos digitales, que tomen en cuenta las características puntuales y los aspectos comunes de los distintos mercados para trasmitir mensajes efectivos de acuerdo a la audiencia.

Requisitos de Graduación
Requisitos para graduarse de la Licenciatura en Comunicación y Estrategia Digital:
• Haber egresado de la carrera y tener vigente una declaración formal de ello.
• Haber realizado 500 horas de servicio social.
• Haber satisfecho el requisito del Trabajo de Graduación correspondiente. (Ver Reglamento Interno General de la Institución Capítulo VI desde Art. 144 al Art. 172).
• Haber cumplido con los siguientes requisitos:
- Estar solvente en sus obligaciones financieras con la Institución.
- Estar solvente respecto al uso de los servicios de biblioteca, registro académico, recursos de apoyo y otros que se le indiquen.
• Haber cumplido los requisitos establecidos en la normativa interna del Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Comunicación y Estrategia Digital.

Requisitos Especiales De Graduación
Prácticas Laborales
• Completar 480 horas de prácticas laborales en áreas relacionas a la carrera.
• La Dirección de Carrera validará la aplicación

de las horas laboradas, las cuales se registrarán en el expediente del alumno.

Juegos Pedagógicos

• Participar en los Juegos Pedagógicos que contempla la Institución y aprobar con la nota mínima aquellos que involucran una calificación.

Dominio del InglésCAE
(Cambridge)
CAE
(Cambridge)

• Cumplimiento del requisito de dominio del idioma inglés.

• La Institución acepta las siguientes pruebas y certificaciones para el cumplimiento del dominio del idioma inglés:

- TOEFL: prueba de inglés como idioma extranjero.
- TOEIC: prueba de inglés para comunicación internacional.
- FCE: certificado de inglés intermedio.
- CAE (CAMBRIDGE): certificado de inglés avanzado.

IDIOMA	PRUEBA	NIVEL
INGLÉS	TOEFL (versión impresa)	500/B2.2
	TOEFL (versión electrónica)	173/B2.2
	TOEIC (versión impresa)	625
	CAE (Cambridge)	500-550

• Los resultados de las pruebas no tendrán caducidad para el propósito específico que da constancia del dominio de un segundo idioma.

• Los diplomas o constancias obtenidos como resultado de un curso o programa de estudio del inglés no constituyen prueba de dominio de este idioma.

• Esta disposición aplica para alumnos con ingreso a partir del ciclo 01/2012

• El Consejo Técnico podrá eximir de este requisito a aquellos alumnos cuya lengua materna es el idioma inglés.

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA DIGITAL

AÑO 1

CICLO 1

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
1001164	Bachillerato	4	Teoría de la Comunicación
0101165	Bachillerato	4	Taller Creativo
0701044	Bachillerato	3	Redacción
0801027	Bachillerato	3	Tecnología de la Información y la Comunicación
0101166	Bachillerato	4	Fundamentos del Diseño
0201192	Bachillerato	3	Matemáticas Básicas

CICLO 2

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
0701045	0701044	3	Redacción Creativa
0101167	Bachillerato	4	Taller de Visualización
0101168	Bachillerato	4	Fotografía
0801028	Bachillerato	4	Herramientas Digitales
0101169	0101165	4	Metodologías de Diseño
0201153	0201152	3	Hitos Históricos de la Comunicación

AÑO 2

CICLO 1

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
0101170	0101167	4	Taller de Producción Audiovisual I
1001166	35 UV	4	Investigación Cuantitativa
1001167	35 UV	3	Comportamiento del Consumidor
0201193	0201192	3	Fundamentos Económicos
1001168	0801027	4	Arquitectura de la Información
0101171	0701044	3	Transmedia Storytelling I

CICLO 2

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
0101172	0101170	4	Taller de Producción Audiovisual II
1001169	56 UV	3	Inteligencia Emocional
0201194	0201192	3	Fundamentos de Contabilidad
0201195	0201193	4	Fundamentos de Gestión Empresarial
1001170	1001166	4	Investigación Cualitativa
0101173	0101171	3	Transmedia Storytelling II

AÑO

CICLO 1

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
0101174	0101172	4	Taller de Producción Audiovisual III
0801029	0101173	4	Branding y Nuevas Tecnologías
1001176	77 UV	3	Antropología del Usuario
0801030	77 UV	4	Diseño Web
0201196	0201195	4	Marketing Estratégico

Duración: 5 años (10 ciclos)
Asignaturas: 56
Unidades Valorativas: 200

LÍNEAS DE FORMACIÓN

- General
- Estrategia
- Comunicación
- Creatividad
- Técnica

3

CICLO 2

- Cód. de materia 0801031 Prerrequisito 0801029 UV 4 — Diseño de strategias Digitales I
- Cód. de materia 1001171 Prerrequisito 96 UV UV 3 — Semiótica
- Cód. de materia 0201197 Prerrequisito 0801030 UV 3 — E-business
- Cód. de materia 0101175 Prerrequisito 96 UV UV 4 — User Experience
- Cód. de materia 0201198 Prerrequisito 0201194 UV 4 — Evaluación de Proyectos
- Cód. de materia 0201199 Prerrequisito 0201196 UV 3 — Marketing Táctico

AÑO 4

CICLO 1

- Cód. de materia 0801032 Prerrequisito 0801031 UV 4 — Diseño de Estrategias Digitales II
- Cód. de materia 0201200 Prerrequisito 0201198 UV 3 — Gestión de Proyectos
- Cód. de materia 1001172 Prerrequisito 1001176 UV 3 — Cibercultura
- Cód. de materia 0101176 Prerrequisito 0101175 UV 4 — User Interface
- Cód. de materia 0101176 Prerrequisito 0101175 UV 4 — Diseño 2D/3D
- Cód. de materia 0201201 Prerrequisito 117 UV UV 3 — Lógica Aplicada

CICLO 2

- Cód. de materia 1001173 Prerrequisito 0801032 UV 3 — Gestión de Comunidades
- Cód. de materia 0201202 Prerrequisito 0201199 UV 3 — Sostenibilidad y RSE
- Cód. de materia 1001174 Prerrequisito 0801032 UV 3 — Blended Marketing
- Cód. de materia 0801033 Prerrequisito 138 UV UV 4 — Big Data
- Cód. de materia 0101178 Prerrequisito 0101177 UV 4 — Animación 2D/3D
- Cód. de materia 0801034 Prerrequisito 0201201 UV 4 — Programación Creativa I

AÑO 5

CICLO 1

- Cód. de materia 0101179 Prerrequisito 1001174 UV 4 — Taller de Proyecto Digital I
- Cód. de materia 0201203 Prerrequisito 0201202 UV 3 — Ética y Regulación en Internet
- Cód. de materia 0201204 Prerrequisito 159 UV UV 4 — Emprendedurismo
- Cód. de materia 1001175 Prerrequisito 159 UV UV 3 — Sistemas Políticos
- Cód. de materia 0801035 Prerrequisito 0801034 UV 4 — Programación Creativa II

CICLO 2

- Cód. de materia 0101180 Prerrequisito 0101179 UV 4 — Taller de Proyecto Digital II
- Cód. de materia 0201205 Prerrequisito 177 UV UV 3 — Exportación de Productos y Servicios
- Cód. de materia 0101181 Prerrequisito 0201204 UV 4 — Portafolio
- Cód. de materia 0101182 Prerrequisito 177 UV UV 4 — Experiencia Digital

PROYECTO DE TITULACIÓN

4.3 Diseño Estratégico

Duración en años y ciclos: 5 años, 10 ciclos
Número de asignaturas: 57 asignaturas
Número de U.V.: 207 U.V.

Objetivos

• Reconocer que el diseño es una disciplina que genera soluciones tangibles e intangibles que mantienen un balance entre forma y función.
• Formar diseñadores que contribuyan a resolver problemas complejos, tomando en cuenta los aspectos sociales, económicos y ambientales de su entorno, uniendo conocimientos de diseño, ciencias sociales y negocios para generar soluciones centradas en el cliente/usuario, y que sean económicamente viables y factibles en su desarrollo e implementación.
• Promover la importancia del diseño en la toma de decisiones estratégicas de las organizaciones.

Perfil Profesional

Nuestro licenciado/a en Comunicaciones Integradas Nuestro licenciado/a en Diseño Estratégico es un profesional capaz de analizar, conceptualizar, diseñar y ejecutar soluciones, de forma estratégica, que tomen al ser humano como el centro del proceso. Posee una visión de diseño responsable que considera, además de forma y función, la viabilidad económica y factibilidad tecnológica de sus propuestas, así como el contexto en el que se insertan. Colabora en equipos interdisciplinarios para analizar y desarrollar diseños, tangibles e intangibles, innovadores, que incorporen diversas perspectivas, mejoren el entorno y la calidad de vida de las personas. Su visión de diseño promueve el equilibrio entre lo social, lo económico y el medio ambiente.

Requisitos de Graduación

Requisitos para graduarse de la Licenciatura en Diseño Estratégico:
• Haber realizado 500 horas de servicio social.
• Haber satisfecho el requisito del Trabajo de Graduación correspondiente. (Ver Reglamento Interno General de la Institución Capítulo IV desde Art. 150 al Art. 178.)
• Haber cumplido con los siguientes requisitos:
• Estar solvente en sus obligaciones financieras con la Institución.
• Estar solvente respecto al uso de los servicios de biblioteca, registro académico, recursos de apoyo y otros que se le indiquen.
• Haber cumplido los requisitos establecidos en la normativa interna del Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Diseño Estratégico.

Requisitos Especiales De Graduación
Prácticas Laborales

• Completar 480 horas de prácticas laborales en áreas relacionas a la carrera.
• La Dirección de Carrera validará la aplicación de las horas laboradas, las cuales se registrarán en el expediente del alumno.

Juegos Pedagógicos

• Participar en los Juegos Pedagógicos que contempla la Institución y aprobar con la nota mínima aquellos que involucran una calificación.

Dominio del InglésCAE
(Cambridge)
CAE
(Cambridge)

• Cumplimiento del requisito de dominio del idioma inglés.
• La Institución acepta las siguientes pruebas y certificaciones para el cumplimiento del dominio del idioma inglés:
- TOEFL: prueba de inglés como idioma extranjero.
- TOEIC: prueba de inglés para comunicación internacional.
- FCE: certificado de inglés intermedio.
- CAE (CAMBRIDGE): certificado de inglés avanzado.

IDIOMA	PRUEBA	NIVEL
INGLÉS	TOEFL (versión impresa)	500/B2.2
	TOEFL (versión electrónica)	173/B2.2
	TOEIC (versión impresa)	625
	CAE (Cambridge)	500-550

• Los resultados de las pruebas no tendrán caducidad para el propósito específico que da constancia del dominio de un segundo idioma.
• Los diplomas o constancias obtenidos como resultado de un curso o programa de estudio del inglés no constituyen prueba de dominio de este idioma.
• Esta disposición aplica para alumnos con ingreso a partir del ciclo 01/2012
• El Consejo Técnico podrá eximir de este requisito a aquellos alumnos cuya lengua materna es el idioma inglés.

LICENCIATURA EN DISEÑO ESTRATÉGIC

AÑO 1

CICLO 1

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
0101126	Bachillerato	4	Pensamiento Creativo
0101127	Bachillerato	4	Fundamentos del Diseño I
0101128	Bachillerato	4	Representación Gráfica I
0801036	Bachillerato	3	Tecnología de la Información y la Comunicación
0701035	Bachillerato	3	Redacción I
1001137	Bachillerato	3	Historia Contemporánea de El Salvador

CICLO 2

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
0101129	0101126	4	Metodologías de Diseño
0101130	0101127	4	Fundamentos del Diseño II
0101183	Bachillerato	4	Fotografía
0801019	Bachillerato	4	Herramientas Digitales y Medios Impresos I
0701036	0701035	3	Redacción II
0201207	Bachillerato	3	Matemática Financiera

AÑO 2

CICLO 1

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
1001136	Bachillerato	4	Investigación Cuantitativa
0101132	0101130	4	Diseño y Comunicación Visual I
0101133	0101128	4	Representación Gráfica II
0801020	0801019	4	Herramientas Digitales y Medios Impresos II
0201209	Bachillerato	3	Contabilidad Financiera
0201206	Bachillerato	3	Fundamentos Económicos

CICLO 2

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
1001138	1001136	4	Investigación Cualitativa
0101134	0101132	4	Diseño y Comunicación Visual II
0101135	0101133	4	Representación Gráfica III
1001139	53 UV	3	Inteligencia Emocional
1001140	Bachillerato	3	Historia del Diseño I
0201225	0201206	4	Fundamentos de Gestión Empresarial

AÑO

CICLO 1

Cód. de materia	Prerrequisito	UV	Materia
0101136	0101129/1001138	4	Metodologías de Diseño Centradas en el Usuario
0101184	75 UV	4	Diseño de Productos
0101138	0101135	4	Prototipos I
0801021	0801020	4	Diseño Web
1001141	1001140	3	Historia del Diseño II
0201227	0201225	4	Marketing Estratégico

Duración: 5 años (10 ciclos)
Asignaturas: 57
Unidades Valorativas: 207

LÍNEAS DE FORMACIÓN

- Pensamiento de Diseño
- Herramientas de Diseño
- Ciencias Sociales
- Negocios
- Proyectos de Diseño

3

CICLO 2

- Cód. de materia 0101139 Prerrequisito 0101136 UV 4 — Diseño Responsable
- Cód. de materia 0101185 Prerrequisito 0101184 UV 4 — Diseño de Productos y Servicios
- Cód. de materia 0101141 Prerrequisito 0101138 UV 4 — Prototipos II
- Cód. de materia 0201228 Prerrequisito 0201225 UV 3 — E-business
- Cód. de materia 1001142 Prerrequisito 1001139 UV 3 — Psicología del Usuario
- Cód. de materia 0201229 Prerrequisito 0201227 UV 4 — Marketing Táctico

AÑO 4

CICLO 1

- Cód. de materia 0101186 Prerrequisito 120 UV UV 4 — Proyectos de Diseño Estratégico I
- Cód. de materia 0101187 Prerrequisito 120 UV UV 4 — Diseño de Espacios I
- Cód. de materia 0101188 Prerrequisito 0101135 UV 4 — Fotografía Avanzada
- Cód. de materia 0801022 Prerrequisito 0801021 UV 4 — Diseño Multimedia I
- Cód. de materia 1001143 Prerrequisito 1001142 UV 3 — Antropología del Usuario
- Cód. de materia 0201230 Prerrequisito 120 UV UV 3 — Gestión de Proyectos

CICLO 2

- Cód. de materia 0101189 Prerrequisito 0101186 UV 4 — Proyectos de Diseño Estratégico II
- Cód. de materia 0101190 Prerrequisito 0101187 UV 4 — Diseño de Espacios II
- Cód. de materia 0101191 Prerrequisito 0101186 UV 3 — Presentación y Venta de Proyectos
- Cód. de materia 0801023 Prerrequisito 0801022 UV 4 — Diseño Multimedia II
- Cód. de materia 0701046 Prerrequisito 0201230 UV 3 — Desarrollo de Propuestas Escritas
- Cód. de materia 0201161 Prerrequisito 0101139 UV 3 — Sostenibilidad y RSE

AÑO 5

CICLO 1

- Cód. de materia 0101192 Prerrequisito 0101189 UV 4 — Proyectos de Diseño Estratégico III
- Cód. de materia 0101193 Prerrequisito 163 UV UV 4 — Estudio Independiente
- Cód. de materia 1001184 Prerrequisito 163 UV UV 3 — Sistemas Políticos
- Cód. de materia 0701048 Prerrequisito 163 UV UV 3 — Seminario de Titulación
- Cód. de materia 0201231 Prerrequisito 0201229 UV 4 — Emprendimiento

CICLO 2

- Cód. de materia 0101194 Prerrequisito 0101192 UV 4 — Proyectos de Diseño Estratégico IV
- Cód. de materia 0101195 Prerrequisito 0101193 UV 4 — Portafolio
- Cód. de materia 0701047 Prerrequisito 181 UV UV 3 — Preparación Profesional
- Cód. de materia 0201232 Prerrequisito 181 UV UV 3 — Exportación de Productos y Servicios

PROYECTO DE TITULACIÓN

4.4 Área de Formación Continua

MÓNICA HERRERA
FORMACIÓN
CONTINUA

La educación continua es una necesidad para la actualización de los profesionales, ante la velocidad de los cambios en el conocimiento y en la tecnología.

La Escuela de Comunicación Mónica Herrera abre en julio del 2009, la Unidad Académica de Formación Continua, que tiene como propósito actualizar conocimientos y darle a los profesionales las herramientas necesarias para adquirir nuevas destrezas y habilidades que les permitan una mejor adaptación al cambio, para un desempeño más eficiente en el entorno laboral.

El objetivo del área de Formación Continua es dar respuesta a las necesidades del mercado local y regional, por medio de una cartera de servicios académicos específica que satisface las necesidades de conocimiento, herramientas y horarios. Esta oferta educativa va dirigida a:

• Ejecutivos que buscan sobresalir, capacitándose y aprendiendo nuevas técnicas, manejando las últimas tendencias;
• Organizaciones que requieren de un recurso humano calificado y a la altura de los desafíos del mercado.

Con ésta nueva Unidad la Escuela de Comunicación Mónica Herrera busca agrupar todos los esfuerzos realizados en el pasado con programas de formación continua, bajo una sola área administrativa con un equipo dedicado a la creación de nuevos programas que consoliden a la Escuela en el mercado académico de educación continua.

Misión:
Actualizar, con alta calidad, los conocimientos de ejecutivos que quieren destacar en un entorno laboral competitivo por medio de una oferta innovadora y diferenciada que le agregue valor a su desempeño profesional.

Oferta académica del área de Formación Continua:

Máster en Alta Dirección de Empresas (MBA) de European Open Business School en colaboración con la Universidad Rey Juan Carlos (España)

Nuestra institución identifica a los candidatos que pueden postular a esta oportunidad y obtener apoyo económico a través de beca en base a experiencia y perfil profesional.

European Open Business School se especializa en formar directivos exitosos impartiendo Masters oficiales y propios en modalidad online u online + estancia internacional, otorgando una titulación MBA a través de la Universidad Rey Juan Carlos de España y un título como experto, ofreciendo 26 especializaciones.

Certificación en Diseño Estratégico
Generar competencias esenciales para utilizar el Diseño Estratégico como una herramienta que aumenta la competitividad empresarial por medio de la innovación sostenible. Pudiendo entender como la organización, coordinación y distribución efectiva de los recursos permite lograr objetivos estratégicos de una organización o un proyecto.

Certificación en Marketing Management
Desarrolla competencias para la gestión cotidiana del marketing en empresas de productos y

servicios. El participante identificará el rol del marketing, así como la responsabilidad de la gerencia de marketing en el desarrollo del modelo de negocio de la empresa, se construirá un sistema de inteligencia e investigación de mercado adecuado a la naturaleza de la organización y su estrategia. Aprenderá a evaluar la inversión en medios masivos y digitales utilizando criterios adecuados de eficiencia y efectividad, y a coordinar la ejecución y seguimiento de la estrategia, tanto en lo operativo como en lo financiero.

Innovación en diseño de servicios: Conectando con nuestros clientes

Este taller permite que los asistentes conozcan las generalidades del diseño de servicios y tengan la oportunidad de experimentar con algunas de las herramientas más reconocidas y actualizadas del campo. Los participantes analizan servicios que actualmente ofrece la organización para identificar quiénes conforman su red de actores, comprenden cómo perfilar a los actores de manera psicográfica, identifican oportunidades de mejora que tiene el servicio y como idear soluciones de forma sistemática con intención de producir experiencias que generen más valor para la organización y los actores involucrados.

Especialización en Fotografía digital y retoque profesional

Aprender a dominar el uso de la cámara, iluminación, herramientas digitales, técnicas y métodos de trabajo para desarrollar un criterio estético y profesional para dirigir producciones fotográficas comerciales y publicitarias en formato digital. Comprendiendo a la vez el rol y método de trabajo de todos los involucrados en una producción publicitaria.

Workshop Internacional en Innovación: competencia esencial

La utilización de la innovación como enfoque estratégico y centrada en el usuario es clave para garantizar la competitividad en el entorno económico y social actual. La innovación debe ser

entendida no como una etapa en el desarrollo de un producto o servicio, sino como el eje catalizador que integre todos los procesos de creación de valor dentro de una empresa. El taller se centra en las competencias clave para innovar mediante metodologías y herramientas específicas.

Innovando para ganar: Taller de diseño de propuesta de valor y modelo de negocio
Una propuesta de valor refleja el nivel en el que una organización conoce a sus usuarios y está preparada para afrontar los retos de sobrevivir dentro de un mercado competitivo y complejo. Es el producto de un proceso de toma de decisiones clave, incluyendo la definición de sus clientes estratégicos, el problema o necesidad clave que ellos poseen, y su respectiva solución. La propuesta de valor es el elemento principal en el desarrollo del modelo de negocio, el cual describe la manera en la que la organización crea y entrega ese valor, y captura valor en retorno.

Este taller utiliza las bases y herramientas del proceso de diseño estratégico para construir una estrategia comercial innovadora basada en las necesidades de sus usuarios y cliente e identificar una ventaja competitiva significativa que tenga un impacto directo en el crecimiento de su negocio.

Workshop en management financiero para mercadólogos: fundamentos para la ejecución exitosa de proyectos
En este workshop se busca aplicar los conocimientos básicos de finanzas al marketing para una mejor y ágil toma de decisiones con el objetivo de comprender y utilizar herramientas para influir dentro de la empresa, mejorar en la ejecución, medición y redefinición de estrategias.

Workshop Internacional en diseño de estrategias de mercadeo: de lo racional a lo emocional
Se identifican los paradigmas naturales de las empresas, se reconocen las necesidades y vocaciones donde se desarrolla el profesional. Se facilitan conocimientos necesarios, experiencia, casos de éxitos y fracasos internacionales.

Se acompaña al participante para que diseñen su camino hacia la oferta y venta de servicios y productos orientados a ofrecer experiencias sobresalientes, con historias y conceptos claros para los mercados adecuados y con los planes de mercadotecnia necesarios para lograr los objetivos productivos, competitivos y de responsabilidad social de su organización.

Workshop internacional: Consumer journey: entendiendo momentos críticos de la verdad (Moments of truth) en la toma de decisiones de tus clientes
Entiende dónde, cuándo y cómo los consumidores toman las decisiones críticas que influyen en su comportamiento de compra y su actitud hacia tu marca. Se aprende cómo diseñar una experiencia de consumo holística que facilite y agrade el proceso de comprender y adquirir tus productos y servicios.

Workshop Internacional: Desmitificando los Insights del Consumidor: ¿Qué Son, ¿Cómo Encontrarlos, y Cómo Utilizarlos en el Desarrollo de la Comunicación?
Obtener un entendimiento profundo de qué son los verdaderos insights, aprender técnicas para descubrirlos a través de trabajo profundo con el consumidor objetivo, utiliza insights para catalizar el proceso creativo con el fin de crear comunicación de productos, servicios y beneficios más relevante y transformadora.

Taller de estrategia digital Inbound marketing: del valor a la venta
Conocer las herramientas claves para poder diseñar, crear, implementar y medir una estrategia de Inbound Marketing efectiva, logrando obtener retorno de inversión real de cada acción que realice su marca en la web.

Optimizando la inversión en la comunicación: taller de planificación estratégica de medios
Aprender sobre planeamiento de medios y diseño de estrategia de colocación, a partir del conocimiento de aspectos básicos y características de medios on line y off line, análisis de ratings de TV y radio, lectura de reportes de competencia, elaboración básica de un reporte Post Compra; a través de la resolución de casos prácticos.

Workshop de proyección de imagen integral del empresario y ejecutivo moderno

Con este workshop se empodera al participante en la responsabilidad de proyectar una imagen profesional en su ámbito laboral y social; obteniendo beneficios a partir de la identificación de los mejores atributos físicos y conductuales,

logrando el equilibrio proyectando una imagen integral. Así mismo dotar de herramientas prácticas para implementar un comportamiento personal y modales sobresalientes.

Taller de Storytelling: historias que conectan

En este taller se aprenden los diferentes recursos para contar una historia que impacte y que conecte con los lectores. A través de ejercicios prácticos, se aprende primero, a estructurar una historia relevante, memorable y coherente; y luego, a cómo poder contarla en los diferentes medios y canales de distribución del mensaje.

Taller de comunicación interpersonal: Transformación positiva de conflictos a través del diálogo social

Construir acuerdos, tomar decisiones y llevar a buen fin procesos de concertación son desafíos que las empresas enfrentan constantemente y los cuales demandan crear las condiciones para generar intercambios constructivos de ideas, opiniones y perspectivas. Este taller profundiza en los aspectos clave para la prevención, gestión y transformación positiva de los conflictos en las organizaciones. Por medio del diálogo buscamos mejorar la calidad de la reflexión aprovechando los conocimientos, experiencias, intereses y propuestas de los actores. Aplicar un enfoque dialógico en las organizaciones contribuye a promover procesos de análisis compartido sobre la situación actual y las posibilidades estratégicas futuras, dando paso a la elaboración conjunta de sugerencias para superar las barreras.

Diplomado en Comunicación Visual y Diseño Gráfico

Brindar herramientas para comprender los mecanismos de la precepción visual y conocer las nociones básicas de la comunicación visual para proyectar y graficar mensajes de manera más creativa, utilizando su imaginación como principal recurso.

Taller Despolarizando mentes

Estamos en una sociedad altamente polarizada. Este fenómeno actúa como un virus que progresivamente ha ido contagiando a todos los actores de la sociedad: gobiernos, empresas, partidos y líderes políticos, medios de comunicación, academia, sindicatos, sociedad civil, iglesias, fuerzas armadas, e incluso de la cooperación internacional. Este taller propicia un espacio para que los distintos actores puedan comprender dicho fenómeno y visualizar opciones para su superación.

Taller de Ortografía y Redacción Profesional

Actualizar sobre las nuevas normas de la "ortografía de la lengua española" y de la "nueva gramática de la lengua española" a comunicadores, diseñadores gráficos, personal administrativo y público en general. A la vez incidir en la obtención de estrategias de redacción precisa, sencilla y directa, principalmente la relacionada con el mundo editorial y el trabajo meramente de índole administrativa.

Taller de actualización: Redacción en el mundo de los negocios

Un taller concebido para profundizar en el conocimiento de la lengua española y su norma actual desde la política lingüística panhispánica; además, para la creación de textos en su diversidad de géneros y en las plataformas de redacción de las nuevas tecnologías.

Taller Introductorio de Fotografía Digital

La fotografía es un instrumento en los medios de comunicación y artísticos. Por lo que este taller habituará a los alumnos con técnicas que determinan principios básicos del manejo de una cámara, se estudiaran sus opciones manuales, controlando así en forma completa, las diferentes interpretaciones de la luz en una imagen. Se realizarán prácticas controlando velocidades, aperturas, ISO y objetivos (tipos de lentes, enfoque selectivo y profundidad de campo) en una cámara. También se analizarán conceptos de composición como la regla de los tercios, pesos, uso de planos y ángulos. Finalmente se ejecutarán talleres de iluminación de estudio apoyado de técnicas digitales de retoque y calibración de imágenes para obtener mejores resultados.

Taller de iluminación fotográfica en estudio

La iluminación en la fotografía es un instrumento esencial para describir los objetos y sujetos. El curso familiariza a los alumnos con técnicas que determinan principios de iluminación, estudiaremos el uso de iluminación natural, continua y flash, manipulando así intensidad de la luz, áreas, sombras y volumen en una imagen. Se brindan conceptos básicos en el manejo de accesorios y tipos de luz.

Se realizan prácticas experimentales controlando: Dirección, intensidad y tipos de iluminación. También se analizarán conocimientos de composición en: bodegones, retratos y temas abstractos.

Diplomado en Retoque Profesional

Aprender a dominar las mejores técnicas para el retoque profesional de la fotografía. El participante obtiene las herramientas profesionales para dirigir y editar producciones fotográficas.

Curso de Adobe Photoshop CC
Aprender y familiarizarse con la interface del programa Adobe Photoshop CC, trabajar retoque fotográfico, 3D video, archivos para la Web y exportación para impresión. Entrega de Certificado "Adobe Authorized Training Center" *.

Programas Empresariales de Consultoría, "Coaching" y Capacitaciones "Custom-Made"
Capacitaciones, consultorías y cursos desarrollados a la medida de las necesidades específicas de cada organización.

Porque sabemos que cada empresa busca sobresalir y diferenciarse especializándose en el desarrollo de competencias que se traducirán en valor agregado para sus negocios y clientes, creamos programas únicos con las herramientas que necesitan para alcanzar el éxito que buscan.

***Certificado "Adobe Authorized Training Center"**
Como Centro de Entrenamiento Oficial Adobe, la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, está autorizada para ofrecer capacitación en productos Adobe y entregar diploma "Adobe Authorized Training Center" con validez internacional. A su vez se entregará un Certificado que especifica el contenido, duración en horas y el instructor que dictó el tema. El diploma y el certificado incluirán sello y número de identificación AATC en Adobe.

*Nuestros programas cuentan con apoyo de Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP).

ESCUELA DE COMUNICACIÓN
MÓNICA HERRERA