



PERFIL DE EGRESO

PUBLICIDAD
(M)CREATIVIDAD ESTRATÉGICA

ESCUELA DE: PUBLICIDAD Y REL. PÚBLICAS
FAC. DE COMUNICACIONES Y ARTES

Dirección de Catálogo Curricular
Dirección General de Docencia
Universidad de Las Américas

El presente documento forma parte del Plan de Estudios de las carreras de la Universidad de Las Américas. El Plan de Estudios es un explicitación del proceso formativo universitario, por tanto, en él se describen los conocimientos, habilidades y actitudes que el estudiante debe desarrollar a lo largo de su formación técnica y/o profesional. Los elementos constitutivos del Plan de Estudios se sistematizan a través de los siguientes documentos curriculares:



FICHA RESUMEN PLAN DE ESTUDIOS

La ficha de resumen contiene la identificación básica de cada carrera. En esta se indica facultad, nombre de la carrera, título y/o grado que otorga, régimen de estudios, descripción de asignaturas, decano, director de Escuela y descripción de asignaturas.

PERFIL DE EGRESO

UDLA define el Perfil de Egreso del estudiante como el conjunto integrado de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores que se espera que el alumno tenga, domine y manifieste luego de haber aprobado todas las asignaturas de la malla curricular de su carrera e instancias evaluativas finales que son condición para su egreso y titulación, y que le permitirán un desempeño profesional o técnico competente.

MATRIZ DE TRIBUTACIÓN

La Matriz de Tributación es una tabla de doble entrada que relaciona las asignaturas de las Malla Curricular con los Resultados de Aprendizaje declarados en el Perfil de Egreso.

MALLA CURRICULAR

La Malla Curricular de cada carrera corresponde a la representación gráfica de la distribución de los ciclos formativos, ámbitos de formación y las asignaturas contempladas en el Plan de Estudios.

PROGRAMA DE ASIGNATURA

El Programa de Asignatura es un instrumento curricular dirigido a profesores, ayudantes y alumnos. Brinda orientaciones específicas para implementar cada asignatura de una carrera dentro y fuera de la sala de clases. Se organiza en torno a resultados de aprendizaje, conocimientos, experiencias de aprendizaje, métodos y estrategias de enseñanza y aprendizaje, tareas de evaluación, instrumentos de evaluación e indicadores de logro.

DOCUMENTACIÓN DE PRÁCTICAS

En esta sección se integra la documentación vinculada a los procesos de práctica de cada carrera. Se incluyen instructivos y reglamentos que rigen la o las prácticas realizadas por los estudiantes de la carrera.

DOCUMENTACIÓN DE TÍTULOS Y GRADOS

En esta sección se presenta la documentación vinculada a los procesos de graduación y titulación de los estudiantes de la carrera. Primero, se integra el Reglamento de Graduación y Titulación institucional y, luego, el reglamento u orientaciones específicas de la carrera.

MAURO LOMBARDI VILLALON

Decano Fac. de Comunicaciones y Artes

JOSE MASIEL CAMPOS PARRA

Director de Escuela de Publicidad y Rel. Públicas

Comité curricular

CAROLINA GALLARDO VIDELA GALLARDO VIDELA - BERNARDITA SILVA OLIVARES - DANIELA CALDERÓN ACUÑA - EDUARDO FUENZALIDA BERRÍOS - MARCO TAPIA IBARRA - PAULINA PADILLA FUENTES

Fecha de creación perfil de egreso:

202310

Período de vigencia: 202410

Santiago, febrero de 2024

Este documento presenta el Perfil de Egreso de la carrera o programa de PUBLICIDAD de la Universidad de Las Américas.

**PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA O PROGRAMA DE PUBLICIDAD
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**

El titulado de la carrera de Publicidad de Universidad de Las Américas es un profesional integral, orientado al marketing con propósito y la sustentabilidad de las marcas. Sus conocimientos creativos y analíticos lo habilitan para formular estrategias con sentido de responsabilidad social, en los ámbitos de la investigación, marketing, comunicación e innovación en medios.

Asimismo, su certificación TOEIC en inglés, le permite desenvolverse en un contexto cada vez más internacional, donde las organizaciones exigen que la comunicación sea en un idioma común para todos. Su visión ética y empatía por el entorno, contribuye al desarrollo de la comunidad. Sus conocimientos profesionales le permiten satisfacer las necesidades y desafíos existentes, aportando desde su ámbito profesional, en la construcción de una sociedad más justa y digna.

Se desempeña en la autogestión de su rol profesional, permitiéndole actuar de forma proactiva y liderar equipos multidisciplinarios. Vincula la comunicación con las nuevas tendencias del mercado, la cultura y los acelerados cambios sociales y tecnológicos, adaptándose fácilmente a los diversos escenarios del marketing y comunicación digital, entendiendo la relevancia que tiene hoy para las marcas y para la sociedad en general. Se espera que el egresado y titulado de UDLA, incorpore diversas disciplinas para investigar e interpretar rigurosamente los mercados, comprendiendo la realidad que lo rodea. Con su preparación en comunicación estratégica, es capaz de crear soluciones publicitarias acordes a las exigencias actuales.

El egresado y titulado de la carrera de Publicidad de UDLA podrá actuar en los siguientes ámbitos profesionales:

1. **Comunicaciones estratégicas empresariales:** Relacionado a la aplicación de criterios, habilidades y herramientas para la elaboración de mensajes de comunicación estratégica publicitaria para las empresas.
2. **Marketing y negocios corporativos:** Relacionado a la aplicación de las diferentes herramientas del marketing en función de los requerimientos de clientes, marcas y consumidores, con énfasis en el rol social del ejercicio de la profesión.
3. **Agencias de Publicidad y consultoras:** Relacionado al desarrollo de proyectos creativos en todas sus etapas, desde la concepción estratégica hasta la ejecución final de la propuesta comunicacional. Incorpora en el ejercicio profesional, la visión creativa integral.
4. **Empresas de Investigación y análisis de mercado:** Relacionado a la realización de análisis de datos profundos, para extraer conclusiones que sustenten propuestas estratégicas, toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos planteados.

Resultados de aprendizaje genéricos

Al completar el Plan de Estudios, el titulado de la carrera o programa de PUBLICIDAD será capaz de:

- 1.** Desarrollar procesos de búsqueda y procesamiento de información procedente de fuentes diversas mediante la aplicación de la abstracción, el análisis y la síntesis, en el contexto de su trabajo
- 2.** Identificar, plantear y resolver problemas del mercado y las marcas, evidenciando la capacidad de tomar decisiones de manera autónoma en contextos profesionales.
- 3.** Actuar en nuevas situaciones para aprender y actualizarse permanentemente, promoviendo una actitud crítica y autocrítica frente a las circunstancias cotidianas de su profesión.
- 4.** Comunicarse oralmente, por escrito y de manera efectiva en el contexto laboral.
- 5.** Interactuar con las demás personas, para trabajar en equipos multidisciplinares en diversos ámbitos vinculados a la publicidad, el marketing y la comunicación.
- 6.** Comunicar en el idioma inglés acciones relacionadas con su trabajo, demostrando con ello la posibilidad de desenvolverse en ámbitos internacionales.
- 7.** Investigar el mercado y su entorno, analizando en profundidad los datos para contribuir en la generación de impactos positivos sociales y sustentables.
- 8.** Formular proyectos para campañas publicitarias efectivas e innovadoras, sustentadas en planteamientos estratégicos en cada etapa de su elaboración.

Resultados de aprendizaje específicos

Al completar el Plan de Estudios, el titulado de la carrera o programa de PUBLICIDAD será capaz de:

Ámbito Específico

1. Analizar los distintos segmentos y nichos de consumidores, para generar una comunicación que les identifique y oriente en la toma de decisiones.
2. Expresar ideas y conceptos creativos, fundamentando con sólidos argumentos su planteamiento y ejecución en las campañas de publicidad.
3. Desarrollar mensajes pertinentes y adaptados a las condiciones específicas tanto de los medios tradicionales, como digitales.
4. Utilizar información del entorno, los insights del consumidor, tendencias del mercado y estrategias de comunicación, para su aplicación en diseños de campaña.
5. Elaborar mensajes que generen interés en múltiples audiencias, que sean coherentes a los objetivos planteados por agencias o marcas.
6. Evaluar el impacto publicitario de las campañas, midiendo y analizando los resultados obtenidos en las diferentes plataformas.
7. Apoyar a sus equipos de trabajo, liderando proyectos creativos integrales y gestionando de forma proactiva su desempeño profesional.
8. Desarrollar campañas publicitarias innovadoras, eficaces y con compromiso social, elaborando una estrategia desde su creación hasta su ejecución.
9. Proponer soluciones creativas en todos los ámbitos del quehacer profesional, generando un valor diferenciador en la industria del marketing y las comunicaciones.

Levantamiento, diseño y validación del Perfil de Egreso

El proceso de levantamiento y validación del Perfil de Egreso de la carrera se realizó siguiendo los lineamientos que UDLA prescribe para tal efecto. En este sentido, se han respetado debidamente las fases que contempla este proceso, enmarcadas en el Sistema de Aseguramiento de Perfiles de Egreso UDLA, levantando evidencia en cada una de ellas, y siendo especialmente relevante la obtención y procesamiento de información referente a la consulta a informantes claves (especialistas, egresados y potenciales empleadores), situación que garantiza que el perfil de egreso sea pertinente a las demandas laborales y disciplinares que la sociedad requiere.

La validación del Perfil de Egreso se realizó utilizando los siguientes criterios de análisis:

Coherencia: Se refiere al grado de concordancia del perfil con la visión misión y propósitos tanto de la Institución como la Facultad que la acoge. También se revisa este criterio respecto del Modelo Educativo institucional con las especificaciones propias para cada carrera.

Pertinencia: Se refiere a la relación del perfil y las demandas externas al currículum, ya sea a nivel de mercado laboral como de políticas públicas y aspectos relativos a la especialidad. En este ámbito el Comité Curricular de la carrera ha hecho una tarea importante en materia de calidad enfocándose en los criterios propuestos por la Comisión Nacional de Acreditación, como también interiorizando a los estudiantes sobre la realidad asociada a la disciplina.

Viabilidad: Se relaciona con la posibilidad de desarrollar el proyecto académico basado en el perfil declarado, en cuanto a los recursos disponibles y las redes necesarias para los procesos de vinculación con el medio relevante.

Consistencia: Se refiere al equilibrio interno de los componentes del Perfil de Egreso; a la articulación de las habilidades declaradas, para verificar que cada una de ellas aporta a la habilitación del sujeto en un ámbito de realización. Para garantizar esta consistencia, parte del análisis curricular consiste en vincular cada una de las habilidades declaradas en el Perfil de Egreso con las diferentes asignaturas, observando cómo se manifiestan estas habilidades y en qué medida lo hacen.

Dirección de Gestión Curricular: Por encargo de Vicerrectoría Académica, la Dirección de Gestión Curricular certifica el cumplimiento de protocolos de levantamiento, ajustes, mejoras y formato de Perfil de Egreso de la Carrera.

Vicerrectoría Académica: Habiendo cumplido todos los protocolos referidos a Perfiles de Egreso, la Vicerrectoría Académica de Universidad de Las Américas, autoriza difusión y publicación de versión final de Perfil de Egreso de la Carrera.

Referencia(s)

Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación. (2011). Guía de apoyo para la redacción, puesta en práctica y evaluación de los resultados del aprendizaje. Madrid: Cyan, Proyectos Editoriales.

Comisión Nacional de Acreditación. (2008). Manual para el desarrollo del proceso de autoevaluación carreras y programas de pregrado. Santiago, Chile.

Comisión Nacional de Acreditación. (2010). Operacionalización criterios de evaluación en procesos de acreditación. Santiago, Chile.

Comisión Nacional de Acreditación. (2014). Criterios de evaluación para carreras y programas de pregrado. Documento de Trabajo. Manuscrito en preparación. Santiago, Chile.

Kennedy, K. (2007). Redactar y utilizar resultados de aprendizaje, un manual práctico. Irlanda.

Tuning-América Latina. (2007). Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Informe final. España:

Universidad de Deusto. Universidad de Las Américas. (2014). Fundamentos del Modelo Educativo Universidad de Las Américas.

Universidad de Las Américas. (2015). Orientaciones para el desarrollo del Perfil de Egreso.

Universidad de Las Américas. (2015). Ciclo de Talleres: Apropiación del Modelo Educativo. Guía Taller N°1 Perfil de Egreso



PERFIL DE EGRESO

PUBLICIDAD
(M)MARK.Y NEG. PUBLICITARIOS

ESCUELA DE: PUBLICIDAD Y REL. PÚBLICAS
FAC. DE COMUNICACIONES Y ARTES

Dirección de Catálogo Curricular
Dirección General de Docencia
Universidad de Las Américas

El presente documento forma parte del Plan de Estudios de las carreras de la Universidad de Las Américas. El Plan de Estudios es un explicitación del proceso formativo universitario, por tanto, en él se describen los conocimientos, habilidades y actitudes que el estudiante debe desarrollar a lo largo de su formación técnica y/o profesional. Los elementos constitutivos del Plan de Estudios se sistematizan a través de los siguientes documentos curriculares:



FICHA RESUMEN PLAN DE ESTUDIOS

La ficha de resumen contiene la identificación básica de cada carrera. En esta se indica facultad, nombre de la carrera, título y/o grado que otorga, régimen de estudios, descripción de asignaturas, decano, director de Escuela y descripción de asignaturas.

PERFIL DE EGRESO

UDLA define el Perfil de Egreso del estudiante como el conjunto integrado de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores que se espera que el alumno tenga, domine y manifieste luego de haber aprobado todas las asignaturas de la malla curricular de su carrera e instancias evaluativas finales que son condición para su egreso y titulación, y que le permitirán un desempeño profesional o técnico competente.

MATRIZ DE TRIBUTACIÓN

La Matriz de Tributación es una tabla de doble entrada que relaciona las asignaturas de las Malla Curricular con los Resultados de Aprendizaje declarados en el Perfil de Egreso.

MALLA CURRICULAR

La Malla Curricular de cada carrera corresponde a la representación gráfica de la distribución de los ciclos formativos, ámbitos de formación y las asignaturas contempladas en el Plan de Estudios.

PROGRAMA DE ASIGNATURA

El Programa de Asignatura es un instrumento curricular dirigido a profesores, ayudantes y alumnos. Brinda orientaciones específicas para implementar cada asignatura de una carrera dentro y fuera de la sala de clases. Se organiza en torno a resultados de aprendizaje, conocimientos, experiencias de aprendizaje, métodos y estrategias de enseñanza y aprendizaje, tareas de evaluación, instrumentos de evaluación e indicadores de logro.

DOCUMENTACIÓN DE PRÁCTICAS

En esta sección se integra la documentación vinculada a los procesos de práctica de cada carrera. Se incluyen instructivos y reglamentos que rigen la o las prácticas realizadas por los estudiantes de la carrera.

DOCUMENTACIÓN DE TÍTULOS Y GRADOS

En esta sección se presenta la documentación vinculada a los procesos de graduación y titulación de los estudiantes de la carrera. Primero, se integra el Reglamento de Graduación y Titulación institucional y, luego, el reglamento u orientaciones específicas de la carrera.

MAURO LOMBARDI VILLALON

Decano Fac. de Comunicaciones y Artes

JOSE MASIEL CAMPOS PARRA

Director de Escuela de Publicidad y Rel. Públicas

Comité curricular

EDUARDO FUENZALIDA BERRÍOS - CAROLINA GALLARDO VIDELA - BERNARDITA SILVA OLIVARES - DANIELA CALDERÓN ACUÑA - MARCO TAPIA IBARRA - PAULINA PADILLA FUENTES

Fecha de creación perfil de egreso:

202310

Período de vigencia: 202410

Santiago, febrero de 2024

Este documento presenta el Perfil de Egreso de la carrera o programa de PUBLICIDAD de la Universidad de Las Américas.

**PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA O PROGRAMA DE PUBLICIDAD
UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**

El titulado de la carrera de Publicidad de Universidad de Las Américas es un profesional integral, orientado al marketing con propósito y la sustentabilidad de las marcas. Sus conocimientos creativos y analíticos lo habilitan para formular estrategias con sentido de responsabilidad social, en los ámbitos de la investigación, marketing, comunicación e innovación en medios.

Asimismo, su certificación TOEIC en inglés, le permite desenvolverse en un contexto cada vez más internacional, donde las organizaciones exigen que la comunicación sea en un idioma común para todos. Su visión ética y empatía por el entorno, contribuye al desarrollo de la comunidad. Sus conocimientos profesionales le permiten satisfacer las necesidades y desafíos existentes, aportando desde su ámbito profesional, en la construcción de una sociedad más justa y digna.

Se desempeña en la autogestión de su rol profesional, permitiéndole actuar de forma proactiva y liderar equipos multidisciplinarios. Vincula la comunicación con las nuevas tendencias del mercado, la cultura y los acelerados cambios sociales y tecnológicos, adaptándose fácilmente a los diversos escenarios del marketing y comunicación digital, entendiendo la relevancia que tiene hoy para las marcas y para la sociedad en general.

Se espera que el egresado y titulado de UDLA, incorpore diversas disciplinas para investigar e interpretar rigurosamente los mercados, comprendiendo la realidad que lo rodea. Con su preparación en comunicación estratégica, es capaz de crear soluciones publicitarias acordes a las exigencias actuales.

El egresado y titulado de la carrera de Publicidad de UDLA podrá actuar en los siguientes ámbitos profesionales:

- 1. Comunicaciones estratégicas empresariales:** Relacionado a la aplicación de criterios, habilidades y herramientas para la elaboración de mensajes de comunicación estratégica publicitaria para las empresas.
- 2. Marketing y negocios corporativos:** Relacionado a la aplicación de las diferentes herramientas del marketing en función de los requerimientos de clientes, marcas y consumidores, con énfasis en el rol social del ejercicio de la profesión.
- 3. Agencias de Publicidad y consultoras:** Relacionado al desarrollo de proyectos creativos en todas sus etapas, desde la concepción estratégica hasta la ejecución final de la propuesta comunicacional. Incorpora en el ejercicio profesional, la visión creativa integral.
- 4. Empresas de Investigación y análisis de mercado:** Relacionado a la realización de análisis de datos profundos, para extraer conclusiones que sustenten propuestas estratégicas, toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos planteados.

Resultados de aprendizaje genéricos

Al completar el Plan de Estudios, el titulado de la carrera o programa de PUBLICIDAD será capaz de:

1. Desarrollar procesos de búsqueda y procesamiento de información procedente de fuentes diversas mediante la aplicación de la abstracción, el análisis y la síntesis, en el contexto de su trabajo
2. Identificar, plantear y resolver problemas del mercado y las marcas, evidenciando la capacidad de tomar decisiones de manera autónoma en contextos profesionales.
3. Actuar en nuevas situaciones para aprender y actualizarse permanentemente, promoviendo una actitud crítica y autocrítica frente a las circunstancias cotidianas de su profesión.
4. Comunicarse oralmente, por escrito y de manera efectiva en el contexto laboral.
5. Interactuar con las demás personas, para trabajar en equipos multidisciplinares en diversos ámbitos vinculados a la publicidad, el marketing y la comunicación.
6. Comunicar en el idioma inglés acciones relacionadas con su trabajo, demostrando con ello la posibilidad de desenvolverse en ámbitos internacionales.
7. Investigar el mercado y su entorno, analizando en profundidad los datos para contribuir en la generación de impactos positivos sociales y sustentables.
8. Formular proyectos para campañas publicitarias efectivas e innovadoras, sustentadas en planteamientos estratégicos en cada etapa de su elaboración.

Resultados de aprendizaje específicos

Al completar el Plan de Estudios, el titulado de la carrera o programa de PUBLICIDAD será capaz de:

Ámbito Específico

1. Gestionar decisiones profesionales, a partir de la elaboración, interpretación de diagnósticos e integración de diversas fuentes de información sobre la industria competitiva y los consumidores.
2. Desarrollar estrategias publicitarias argumentadas, a partir de los datos obtenidos en sus investigaciones y estudios de audiencias.
3. Predecir cambios y tendencias en los hábitos de consumo, uso de medios y tecnologías, para la elaboración proyectos sostenibles en el tiempo.
4. Evaluar necesidades en el mercado, analizando la relevancia que tiene el factor social en su solución.
5. Organizar equipos multidisciplinares, liderando y promoviendo buenas prácticas en su desempeño.
6. Evaluar la efectividad de las estrategias de marketing y medios, para la medición de su impacto en diversas plataformas de comunicación.
7. Diseñar estrategias en los ámbitos tradicionales y digitales, analizando el valor y relevancia de la integración de los medios.
8. Crear una imagen de marca, usando metodologías basadas en el propósito y compromiso tanto social, como sustentable de las organizaciones.

Levantamiento, diseño y validación del Perfil de Egreso

El proceso de levantamiento y validación del Perfil de Egreso de la carrera se realizó siguiendo los lineamientos que UDLA prescribe para tal efecto. En este sentido, se han respetado debidamente las fases que contempla este proceso, enmarcadas en el Sistema de Aseguramiento de Perfiles de Egreso UDLA, levantando evidencia en cada una de ellas, y siendo especialmente relevante la obtención y procesamiento de información referente a la consulta a informantes claves (especialistas, egresados y potenciales empleadores), situación que garantiza que el perfil de egreso sea pertinente a las demandas laborales y disciplinares que la sociedad requiere.

La validación del Perfil de Egreso se realizó utilizando los siguientes criterios de análisis:

Coherencia: Se refiere al grado de concordancia del perfil con la visión misión y propósitos tanto de la Institución como la Facultad que la acoge. También se revisa este criterio respecto del Modelo Educativo institucional con las especificaciones propias para cada carrera.

Pertinencia: Se refiere a la relación del perfil y las demandas externas al currículum, ya sea a nivel de mercado laboral como de políticas públicas y aspectos relativos a la especialidad. En este ámbito el Comité Curricular de la carrera ha hecho una tarea importante en materia de calidad enfocándose en los criterios propuestos por la Comisión Nacional de Acreditación, como también interiorizando a los estudiantes sobre la realidad asociada a la disciplina.

Viabilidad: Se relaciona con la posibilidad de desarrollar el proyecto académico basado en el perfil declarado, en cuanto a los recursos disponibles y las redes necesarias para los procesos de vinculación con el medio relevante.

Consistencia: Se refiere al equilibrio interno de los componentes del Perfil de Egreso; a la articulación de las habilidades declaradas, para verificar que cada una de ellas aporta a la habilitación del sujeto en un ámbito de realización. Para garantizar esta consistencia, parte del análisis curricular consiste en vincular cada una de las habilidades declaradas en el Perfil de Egreso con las diferentes asignaturas, observando cómo se manifiestan estas habilidades y en qué medida lo hacen.

Dirección de Gestión Curricular: Por encargo de Vicerrectoría Académica, la Dirección de Gestión Curricular certifica el cumplimiento de protocolos de levantamiento, ajustes, mejoras y formato de Perfil de Egreso de la Carrera.

Vicerrectoría Académica: Habiendo cumplido todos los protocolos referidos a Perfiles de Egreso, la Vicerrectoría Académica de Universidad de Las Américas, autoriza difusión y publicación de versión final de Perfil de Egreso de la Carrera.

Referencia(s)

Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación ANECA (2013). Guía de apoyo para la redacción, puesta en práctica y evaluación de los resultados del aprendizaje. Cyan, Proyectos Editoriales.

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile. (2014). Guía para la Evaluación Interna Acreditación Institucional Universidades.

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile. (2015). Glosario de términos complementarios criterios de acreditación de pregrado.

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile. (2015). Guía para la Evaluación Externa Universidades.

Kennedy, K. (2007). Redactar y utilizar resultados de aprendizaje. Un manual práctico. University College Cork.

Tuning América Latina. (2007). Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Informe final. Universidad de Deusto.

Universidad de Las Américas, Dirección de Gestión Curricular. (2021). Guía para aplicar el sistema de créditos académicos UDLA. Vicerrectoría Académica UDLA.

Universidad de Las Américas, Dirección de Gestión Curricular. (2021). Guía para diseñar y modificar los Planes de Estudios de Pregrado UDLA. Vicerrectoría Académica UDLA.

Universidad de Las Américas, Dirección de Gestión Curricular. (2021). Guía del Sistema de Aseguramiento del Perfil de Egreso. Vicerrectoría Académica UDLA.

Universidad de Las Américas, Vicerrectoría Académica. (2021). Modelo Educativo Universidad de Las Américas. UDLA.

Universidad de Las Américas, Vicerrectoría Académica. (2021). Profundización del Modelo Educativo Universidad de Las Américas. UDLA.

Universidad de Las Américas, Vicerrectoría Académica. (2022). Guías de implementación del Modelo Educativo. UDLA.