

Perfil de Egreso

PUBLICIDAD (M)CREATIVIDAD

Carrera de PUBLICIDAD (M)CREATIVIDAD
Fac. de Comunicaciones y Artes
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 una 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.

Usted está en este documento



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.



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

YANKO ALEJANDRO GALLARDO JAMASMIE

Director de Escuela de Comunicaciones

Comité curricular

CRISTIAN PAEZ - LADISLAO PALMA - FRANCISCA CABEZAS - LUIS MENESES - CAROLINA GALLARDO - CLAUDIO ARENA - YANKO GALLARDO - CRISTIAN CORNEJO - VALENTINA PALOME - JUAN ALERMINO

Fecha de creación perfil de egreso:

201510

Período de vigencia: 201810

Santiago, septiembre de 2018

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

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

El titulado de la carrera de Publicidad de Universidad de Las Américas es un profesional capaz de generar ideas, un individuo creativo que explora, comprende e interpreta la realidad que lo rodea, planteándose así con seguridad y autoconfianza en el ámbito laboral. Su formación lo habilita para crear soluciones publicitarias basadas en argumentos analíticos rigurosos que le permitan la elaboración de propuestas comunicacionales y publicitarias. Desde el punto de vista disciplinario, posee una visión global que le permite abordar una planificación publicitaria integrada comprendiendo el vínculo entre la comunicación y las nuevas tendencias en medios masivos, cultura y sociedad, focalizándose en el área del marketing, negocios y en el diseño y desarrollo de estrategias publicitarias. Dadas sus experiencias preprofesionales programadas a lo largo de su formación y a la interacción interdisciplinaria, se distingue por comprender los alcances del fenómeno publicitario al asociar los contenidos y aprendizajes provenientes del estudio de las diversas manifestaciones culturales y estéticas con las orientaciones generales de su profesión. Se espera que el egresado y titulado de UDLA se desempeñe demostrando una visión ética clara de su profesión, contribuyendo activamente al desarrollo y fortalecimiento de los valores democráticos a través de la práctica de la misma, entendiendo su labor como un compromiso ciudadano que signifique un aporte para el desarrollo de la sociedad en su conjunto; además debe utilizar sus saberes profesionales para contribuir a la satisfacción de las necesidades y desafíos de su comunidad local, articulando sus proyectos individuales con otros de carácter comunitario, favoreciendo de esta manera la construcción de una sociedad más justa y digna, al mejorar de la calidad de vida de su espacio inmediato. El egresado y titulado de la carrera de Publicidad de UDLA podrá actuar en los siguientes ámbitos profesionales:

1. **Comunicaciones.** Relacionado con el análisis de mensajes para reconocer el funcionamiento de la comunicación publicitaria. Permite contar con criterios y herramientas destinadas a comprender, describir e interpretar la construcción simbólica de la publicidad.
2. **Marketing y negocios.** Relacionado con el dominio de las diferentes herramientas del marketing en función de los requerimientos de clientes, marcas y consumidores. Esta disciplina es esencial en el diseño de estrategias publicitarias desde la perspectiva de una agencia de publicidad.
3. **Creatividad.** Relacionado con el conocimiento y aplicación de herramientas para desarrollar proyectos creativos en todas sus etapas, desde la concepción de la idea hasta la ejecución final de la propuesta publicitaria.
4. **Estrategia publicitaria.** Se refiere al diseño de planes de comunicación y estrategias de medios que respondan a las necesidades de clientes y marcas.

Resultados de aprendizaje genéricos

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

1. Llevar a cabo la búsqueda y procesamiento de información procedente de fuentes diversas, aplicando destrezas de abstracción, análisis y síntesis en el contexto de su desempeño profesional.
2. Identificar, plantear y resolver problemas, evidenciando la capacidad para tomar decisiones de manera autónoma en contextos laborales
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. Comunicar ideas de manera oral y escrita, en el contexto de su profesión.
5. Interactuar con las demás personas y trabajar en equipo en los diversos contextos vinculados a su quehacer
6. Investigar sobre diversos temas relacionados con su profesión, demostrando la capacidad de profundizar, argumentar y comprobar coherente y sistemáticamente sus ideas en contextos laborales
7. Formular y gestionar proyectos y su documentación.
8. Comunicarse en inglés en diferentes circunstancias laborales que así lo requieran.

Resultados de aprendizaje específicos

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

Ámbito Disciplinar

1. Analizar los principales modelos y tendencias comunicacionales de nuestra sociedad, orientadas hacia su ámbito profesional.
2. Diseñar soluciones creativas y efectivas que respondan a problemas de marketing y comunicación específicos
3. Aplicar las reglas y conceptos del branding en el diseño de estrategias publicitarias.
4. Diseñar una campaña publicitaria en cada una de sus etapas: marketing, creatividad y planificación de medios.
5. Desarrollar la práctica de la escritura, corrección y reescritura de textos publicitarios sintéticos y persuasivos, sobre la base del análisis del mercado y la competencia
6. Aplicar las técnicas de la escritura creativa para el diseño de guiones audiovisuales y radiales.
7. Aplicar las técnicas de dirección de arte para el diseño de piezas publicitarias.
8. Diseñar y aplicar un proyecto o campaña de comunicación integral, independiente de la envergadura del cliente.
9. Elaborar estudios de audiencias y segmentación para el diseño de estrategias publicitarias
10. Analizar, comprender e interpretar estudios publicitarios, de marketing, opinión pública u otros, relacionados con variables políticas, sociales y económicas que marcan tendencias en nuestra sociedad.
11. Evaluar y construir una estrategia de medios, tanto on line como off line según los requerimientos del mercado.
12. Aplicar los conceptos teóricos relativos al comportamiento de los consumidores y su relación con el mercado.
13. Aplicar metodologías de investigación respecto a las conductas de las personas en relación a su quehacer.
14. Diseñar planes de marketing, diseñando, criticando y ponderando distintas estrategias en función de las oportunidades de mercado.
15. Operar de forma intermedia los programas de la suite Creative de Adobe; Photoshop, Illustrator, Indesign y Acrobat (CS) en sus versiones actuales; CS5 y posteriores, utilizándolas para la producción de originales e impresos de alta complejidad
16. Caracterizar las plataformas digitales, comprendiendo el significado que tienen en la relación marca-consumidor.

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 en las carreras pedagógicas, como también interiorizando a los estudiantes sobre la realidad educativa.

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 nivel escolar.

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.

Unidad de Gestión Curricular: Por encargo de Vicerrectoría Académica, la Unidad 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.

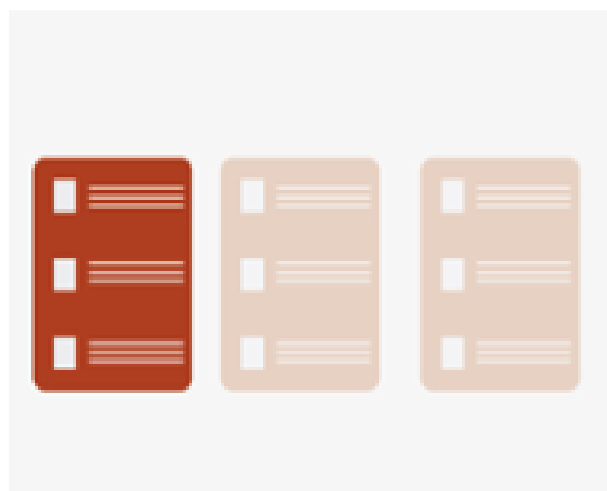
Comisión Nacional de Acreditación. (2014). Criterios de evaluación para carreras y programas de pregrado. Documento de Trabajo. Manuscrito en preparación. Santiago, Chile.

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: Apropriación del Modelo Educativo. Guía Taller N°1 Perfil de Egreso.



Perfil de Egreso

PUBLICIDAD (M)MARK.Y NEG. PUBLICITARIOS

Carrera de PUBLICIDAD (M)MARK.Y NEG.
PUBLICITARIOS
Fac. de Comunicaciones y Artes
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 una 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.

Usted está en este documento



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.



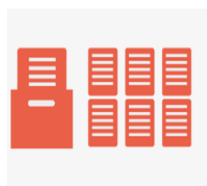
Programa de Asignatura

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

YANKO ALEJANDRO GALLARDO JAMASMIE

Director de Escuela de Comunicaciones

Comité curricular

JUAN PALERMINO - CAROLINA GALLARDO - CRISTIAN CORNEJO - CLAUDIO ARENA - YANKO GALLARDO - FRANCISCA CABEZAS - LUIS MENESES - VALENTINA PALOME - CRISTIAN PAEZ - LADISLAO PALMA

Fecha de creación perfil de egreso:

201510

Período de vigencia: 201810

Santiago, septiembre de 2018

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

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

El titulado de la carrera de Publicidad de Universidad de Las Américas es un profesional capaz de generar ideas, un individuo creativo que explora, comprende e interpreta la realidad que lo rodea, planteándose así con seguridad y autoconfianza en el ámbito laboral. Su formación lo habilita para crear soluciones publicitarias basadas en argumentos analíticos rigurosos que le permitan la elaboración de propuestas comunicacionales y publicitarias. Desde el punto de vista disciplinario, posee una visión global que le permite abordar una planificación publicitaria integrada comprendiendo el vínculo entre la comunicación y las nuevas tendencias en medios masivos, cultura y sociedad, focalizándose en el área del marketing, negocios y en el diseño y desarrollo de estrategias publicitarias. Dadas sus experiencias preprofesionales programadas a lo largo de su formación y a la interacción interdisciplinaria, se distingue por comprender los alcances del fenómeno publicitario al asociar los contenidos y aprendizajes provenientes del estudio de las diversas manifestaciones culturales y estéticas con las orientaciones generales de su profesión. Se espera que el egresado y titulado de UDLA se desempeñe demostrando una visión ética clara de su profesión, contribuyendo activamente al desarrollo y fortalecimiento de los valores democráticos a través de la práctica de la misma, entendiendo su labor como un compromiso ciudadano que signifique un aporte para el desarrollo de la sociedad en su conjunto; además debe utilizar sus saberes profesionales para contribuir a la satisfacción de las necesidades y desafíos de su comunidad local, articulando sus proyectos individuales con otros de carácter comunitario, favoreciendo de esta manera la construcción de una sociedad más justa y digna, al mejorar de la calidad de vida de su espacio inmediato. El egresado y titulado de la carrera de Publicidad de UDLA podrá actuar en los siguientes ámbitos profesionales:

1. **Comunicaciones.** Relacionado con el análisis de mensajes para reconocer el funcionamiento de la comunicación publicitaria. Permite contar con criterios y herramientas destinadas a comprender, describir e interpretar la construcción simbólica de la publicidad.
2. **Marketing y negocios.** Relacionado con el dominio de las diferentes herramientas del marketing en función de los requerimientos de clientes, marcas y consumidores. Esta disciplina es esencial en el diseño de estrategias publicitarias desde la perspectiva de una agencia de publicidad.
3. **Creatividad.** Relacionado con el conocimiento y aplicación de herramientas para desarrollar proyectos creativos en todas sus etapas, desde la concepción de la idea hasta la ejecución final de la propuesta publicitaria.
4. **Estrategia publicitaria.** Se refiere al diseño de planes de comunicación y estrategias de medios que respondan a las necesidades de clientes y marcas.

Resultados de aprendizaje genéricos

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

- 1.** Llevar a cabo la búsqueda y procesamiento de información procedente de fuentes diversas, aplicando destrezas de abstracción, análisis y síntesis en el contexto de su desempeño profesional.
- 2.** Identificar, plantear y resolver problemas, evidenciando la capacidad para tomar decisiones de manera autónoma en contextos laborales
- 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.** Comunicar ideas de manera oral y escrita, en el contexto de su profesión.
- 5.** Interactuar con las demás personas y trabajar en equipo en los diversos contextos vinculados a su quehacer
- 6.** Investigar sobre diversos temas relacionados con su profesión, demostrando la capacidad de profundizar, argumentar y comprobar coherente y sistemáticamente sus ideas en contextos laborales
- 7.** Formular y gestionar proyectos y su documentación.
- 8.** Comunicarse en inglés en diferentes circunstancias laborales que así lo requieran.

Resultados de aprendizaje específicos

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

Ámbito Disciplinar

1. Analizar los principales modelos y tendencias comunicacionales de nuestra sociedad, orientadas hacia su ámbito profesional.
2. Diseñar soluciones creativas y efectivas que respondan a problemas de marketing y comunicación específicos.
3. Aplicar las reglas y conceptos del branding en el diseño de estrategias publicitarias
4. Diseñar una campaña publicitaria en cada una de sus etapas: marketing, creatividad y planificación de medios.
5. Desarrollar la práctica de la escritura, corrección y reescritura de textos publicitarios sintéticos y persuasivos, sobre la base del análisis del mercado y la competencia
6. Aplicar las técnicas de la escritura creativa para el diseño de guiones audiovisuales y radiales.
7. Aplicar las técnicas de dirección de arte para el diseño de piezas publicitarias.
8. Diseñar y aplicar un proyecto o campaña de comunicación integral, independiente de la envergadura del cliente.
9. Elaborar estudios de audiencias y segmentación para el diseño de estrategias publicitarias.
10. Analizar, comprender e interpretar estudios publicitarios, de marketing, opinión pública u otros, relacionados con variables políticas, sociales y económicas que marcan tendencias en nuestra sociedad.
11. Evaluar y construir una estrategia de medios, tanto on line como off line según los requerimientos del mercado.
12. Aplicar los conceptos teóricos relativos al comportamiento de los consumidores y su relación con el mercado.
13. Aplicar metodologías de investigación respecto a las conductas de las personas en relación a su quehacer
14. Diseñar planes de marketing, diseñando, criticando y ponderando distintas estrategias en función de las oportunidades de mercado.
15. Operar de forma intermedia los programas de la suite Creative de Adobe; Photoshop, Illustrator, Indesign y Acrobat (CS) en sus versiones actuales; CS5 y posteriores, utilizándolas para la producción de originales e impresos de alta complejidad.
16. Caracterizar las plataformas digitales, comprendiendo el significado que tienen en la relación marca-consumidor.

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 en las carreras pedagógicas, como también interiorizando a los estudiantes sobre la realidad educativa.

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 nivel escolar.

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.

Unidad de Gestión Curricular: Por encargo de Vicerrectoría Académica, la Unidad 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. TuningAmérica 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.