

Magíster en Comunicación Estratégica

Conocimiento
de avanzada
para los
desafíos de hoy

ADMISIÓN 2018



FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



Liderazgo Facultad de Comunicaciones

La Facultad de Comunicaciones es la primera en América Latina y en su área está entre las 50 primeras del mundo, según el ranking QS 2017. Nuestra facultad destaca principalmente por su investigación y calidad de profesores. El equipo de académicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile acumula el mayor porcentaje de investigaciones en el área de Comunicaciones del país, lo que representa un tercio de los proyectos regulares financiados por el Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología hasta 2017. Nuestros investigadores han publicado 86 papers en revistas con indexación ISI o Scopus, entre 2011 y mayo de 2017. El 85% de los profesores de la Facultad cuenta con un postgrado, entre los que se incluyen 21 académicos con grado de doctor. Además, la Facultad tiene su propio centro de innovación, el *Social Communication Lab* (SCL).

Palabras del director

Voy a ser sumamente transparente. Si ya estás leyendo este *brochure* voy a tratar de convencerte para que escojas este magíster. Creemos en la formación a través de la investigación aplicada. Por eso desarrollamos el primer repositorio de casos de comunicación estratégica de libre acceso en el país y escribimos tres manuales para el uso positivo de tecnologías de información y comunicación en organizaciones. Hoy todos los colegios en Chile tienen un manual gratuito al cual recurrir, como también las empresas, para obtener consejos sobre el uso de TICs y productividad laboral. Nos desvivimos por aplicar investigación de punta en los programas que impartimos. El programa para el 2018 será completo, certero y efectivo. Te invito a interiorizarte con los cursos, objetivos y características del programa. Y a que nos tomemos un café para que conozcas más de cerca nuestra Facultad y a los profesores que la integramos.

DANIEL HALPERN
Jefe de programa
Magíster Comunicación Estratégica



“He aplicado mucho lo que aprendí en el magíster, especialmente el poder tangibilizar de manera más eficiente lo que hago en comunicaciones. La confianza hoy es fundamental, por eso recomiendo este programa en la UC”.

ROSALÍA VERA
Gerente de Asuntos Corporativos
DIRECTV
Generación 2013



Características del programa

Nos distingue la capacidad de aplicar investigación en la solución de problemas comunicacionales enfatizando los aspectos relacionados con el **diagnóstico, estrategia, diseño y evaluación de proyectos** de comunicación. A través de una malla curricular dinámica y flexible, que integra los **nuevos programas de redes sociales y comunicación digital**, el magíster ofrece un campo de perfeccionamiento digital para aquellos profesionales que quieran profundizar en esta área cada vez más necesaria para los comunicadores corporativos.

¿A quiénes está dirigido?

El Magíster en Comunicación Estratégica está dirigido a profesionales interesados en especializarse o perfeccionar sus conocimientos en el campo de la comunicación corporativa con el objeto de crear, administrar y liderar proyectos de comunicación en organizaciones públicas y privadas.

Comunicación estratégica

Ejecutivos que busquen presentar sus ideas e información de manera concisa, creativa y convincente para múltiples audiencias y medios de comunicación, sabiendo comprender y responder estratégicamente a las necesidades cambiantes de los públicos que utilizan todas las formas y canales de comunicación.

Comunicación corporativa

Profesionales que requieran mayores habilidades en la gestión estratégica de las comunicaciones para realizar cambios en sus empresas gestionando de forma más innovadora las comunicaciones.

Comunicación pública

Profesionales que busquen alcanzar una visión modernizadora del rol de las comunicaciones en el mundo público. Gestores que sean interlocutores válidos entre la gestión de asuntos que pueda tener una organización con sus distintas comunidades y públicos de interés.



Malla curricular

El Magíster en Comunicación Estratégica propone una malla curricular que **responde al nuevo escenario de las comunicaciones**. Los cursos del programa tienen como principal objetivo que los alumnos contribuyan, desde la perspectiva comunicacional, a la implementación estratégica de la visión de una organización, analicen cómo se complementa con la estrategia de negocios, lideren equipos, logren y midan el éxito en un mercado altamente competitivo y apliquen el pensamiento crítico y analítico a los problemas de comunicación y asuntos corporativos.

MALLA

Semestre 1

Teoría de la Comunicación (5 créditos)
Teoría de las Organizaciones (5 créditos)
Análisis del Entorno (5 créditos)
Diseño y Pensamiento Estratégico (5 créditos)
Curso optativo (10 créditos)
Curso optativo (10 créditos)

Semestre 2

Percepciones y Marcas (10 créditos)
Gestión Estratégica de la Comunicación y la Confianza (10 créditos)
Curso optativo (10 créditos)
Curso optativo (10 créditos)

Semestre 3

Discurso Corporativo (10 créditos)
Proyecto de Grado (20 créditos)
Curso optativo (10 créditos)

LOS CURSOS MÍNIMOS:

Lunes y miércoles
de 18:30 a 21:20 horas.

LOS CURSOS OPTATIVOS SE OFRECEN EN DOS MODALIDADES:

Martes y jueves
de 18:30 a 21:20 horas,
o una vez al mes un
“viernes largo”
de 17 a 21:30 horas
más un sábado
de 9 a 13:30 horas.

Cursos mínimos

Teoría de la Comunicación

El curso presenta diferentes teorías para que los alumnos reconozcan los problemas comunicacionales que enfrentan las organizaciones, proponiendo soluciones para una adecuada estrategia de comunicaciones sustentable.

Teoría de las Organizaciones

Se entregan herramientas para entender la conducta de los individuos dentro de estas organizaciones y los procesos organizacionales que se generan en su estructura interna.

Análisis del Entorno

Este curso aborda las principales técnicas de anticipación de riesgos del entorno en que se insertan las organizaciones, desde una perspectiva comunicacional, sobre la base de principios de inteligencia competitiva.

Diseño de Pensamiento Estratégico

El curso busca mostrar la dinámica del pensamiento estratégico en la organización, desde la enunciación de la visión hasta la formulación de los objetivos estratégicos, metas e indicadores de evaluación y seguimiento.

Percepciones y Marcas

Se plantea una nueva forma de aproximarse al problema del marketing y las marcas a fin de desarrollar una comprensión profunda sobre el lugar que ella ocupa hoy como agente social en la sociedad contemporánea configurada por el consumo.

Gestión Estratégica de la Comunicación y Confianza

El curso está enfocado a que los alumnos comprendan los principales ámbitos de intervención de las comunicaciones en la empresa en su dimensión estratégica, y conozcan las herramientas destinadas a su administración, dentro de una planificación sujeta a objetivos.

Discurso Corporativo

Se enfoca en el desarrollo de herramientas que permitan comprender el fenómeno de la construcción de sentido y aplicarlo en la elaboración y análisis de textos corporativos, con el objeto de producir y analizar estratégicamente discursos corporativos.

Proyecto de Grado

El curso tiene por objetivo formar competencias para el diagnóstico y diseño de estrategias de comunicación y la formulación de planes aplicados al ámbito profesional. El Proyecto de Grado integra los conocimientos adquiridos por los alumnos a lo largo del Magíster.

Cursos optativos

Gestión de la Comunicación en Procesos de Cambio

Este curso se orienta a entregar a los alumnos herramientas conceptuales y metodológicas que les permitan comprender el fenómeno del cambio en las organizaciones y en los individuos y gestionar los aspectos comunicacionales asociados a este.

Coaching y Liderazgo

El curso busca introducir a los estudiantes en las reflexiones actuales más relevantes en torno al liderazgo y su relación con las acciones de comunicación empresarial.

Gestión de Asuntos Públicos

El curso analiza la función de gestión de asuntos públicos como una rama de especialidad de la comunicación estratégica y cómo este aborda los procesos de comunicación que requieren establecer relaciones y negociaciones con autoridades, grupos de interés y otros stakeholders.

Estrategias Comunicacionales 2.0: El uso de Redes en Organizaciones

Proporciona a los estudiantes una comprensión de los componentes teóricos y prácticos en el desarrollo de estrategias con redes sociales en organizaciones en tres áreas principales: comunicación interna, comunicación externa y el uso de las redes en situaciones de crisis.

Diseño de Contenidos Digitales

Entrega fundamentos teóricos y prácticos sobre narración interactiva para desarrollar la estrategia y producción de un prototipo web de tipo transmedia, así como un entendimiento de las plataformas que hoy existen para publicar y difundir el contenido desarrollado.

Redes Sociales en Distintos Ámbitos de la Comunicación

Este curso se sumerge en la dinámica del uso cotidiano de las redes sociales en distintos contextos comunicacionales, incluyendo Periodismo, gestión pública, comunicación política, el manejo de la reputación corporativa a través de las redes sociales y el marketing y la publicidad.

Creación y Gestión de Proyectos Digitales

El curso trata sobre la gestión de proyectos digitales, tanto desde la exploración y aplicación de metodologías como de los aspectos operacionales de la gestión de recursos económicos, humanos y de sistemas.

Reputación Corporativa

El curso entrega a los alumnos los fundamentos conceptuales y prácticos de la reputación corporativa desde la perspectiva de la comunicación estratégica, lo cual incluye sus potencialidades y limitaciones.

Comunicación y Política

El curso entrega herramientas para comprender el rol que juegan los medios de comunicación y la opinión pública en el proceso de toma de decisiones en un sistema político. Además, se revisará las principales teorías y modelos que hoy se utilizan en la creación de una marca país.

Cursos optativos

Sustentabilidad y Responsabilidad Social

Este curso aborda los principales desafíos a los que se enfrenta el comunicador corporativo en materia de responsabilidad social. Entrega los fundamentos básicos del modelo de gestión sostenible, también llamado “Responsabilidad Social”.

Creatividad, Teoría y Gestión: Nuevas Herramientas para evaluar la Comunicación Corporativa

Entrega las principales herramientas e instrumentos para planificar auditorías y cuantificar el estado comunicacional de una organización y para aplicar instrumentos a través de diferentes metodologías para evaluar procesos comunicacionales en organizaciones.



“Saber comunicar hoy de forma estratégica es necesario y, en mi caso, aplicarla en el área política es fundamental. Estoy muy satisfecho con el magíster porque me entrega herramientas teóricas y prácticas que permiten entender mejor el entorno social”.

RAÚL LEIVA
Ex Alcalde de Talagante
Generación 2017

Profesores

Jefe de programa

Daniel Halpern /dmhalper@uc.cl



Ph.D en Information and Communication Sciences. Es profesor y Director de Desarrollo de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, director del Magíster en Comunicación Estratégica, del Diplomado en Redes Sociales y del think tank TrenDigital (tren-digital.cl). Ha capacitado y cuantificado para empresas como Microsoft, Sura y VTR diversos fenómenos digitales en Chile. Sus artículos han sido publicados en prestigiosas revistas académicas como Computers in Human Behavior, Social Science Computer Review y Behavior & Information Technology. Es investigador asociado de Boston University.

Académicos

Magdalena Browne



Socióloga y Periodista de la Pontificia Universidad Católica, MSc en Media & Communication, London School of Economics. Consultora senior e investigadora por más de 15 años en ámbitos de estudios sociales, organizaciones y bienestar subjetivo, construcción de percepciones y comunicaciones. Directora desde 2010 de la Dirección de Estudios Sociales (DESUC) del Instituto de Sociología de la Universidad Católica. Ex gerente general y socia de la consultora de comunicación estratégica Tironi y Asociados. Docente desde hace más de 10 años en el ámbito de las comunicaciones estratégicas. Actual integrante del Círculo de Marketing de Icare.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.



Álvaro Cáceres

Sociólogo de la Pontificia Universidad Católica y Master of Science in Management Communication de la Universidad de Portland. Gerente de Comunicaciones, Marca y Responsabilidad Social Empresarial de Sodexo. Ha trabajado la mayor parte de su carrera profesional en el área de las comunicaciones y asuntos públicos, en organizaciones como Tironi y Asociados y Grupo Enersis. Antes de ingresar a Sodexo, se desempeñó como jefe de Comunicaciones y Marketing en InvestChile.



Patricio Dussillant

Abogado. Licenciado en Derecho, Pontificia Universidad Católica de Chile; Doctor en Comunicación Pública, Universidad de Navarra España; PADE (Programa de Alta Dirección de Empresas), ESE, Escuela de Negocios, Universidad de los Andes. Director del Departamento de Comunicación Aplicada de la Facultad de Comunicaciones UC.



Sergio Godoy

Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile; Licenciado en Estética, Pontificia Universidad Católica de Chile; Diplomado en Gerencia de Ventas y Marketing, Instituto Nacional de Estudios Superiores CHILEDUC; Máster en Dirección de Empresas (MBA), Universidad de Exeter, Inglaterra; Magister en Comunicaciones (MPhil), Universidad de Westminster, Inglaterra; Doctor en Comunicaciones (Ph.D.), Universidad de Westminster, Inglaterra.



Paulina Gómez

Licenciada en Información Social y Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile; Doctora en Información Social, Universidad Complutense de Madrid, España; Diplomada en Administración de Empresas y en Dirección y Administración de Recursos Humanos, Pontificia Universidad Católica de Chile. Vicerrectora de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.



León Guzmán

Psicólogo, Universidad Diego Portales. Máster en Ciencia Política, Columbia University, Nueva York. Diplomado en Psicología Política Ohio State University. Diplomado en Liderazgo Estratégico Universidad Adolfo Ibáñez y coach ontológico certificado The Newfield Network. Fue gerente general de Burson Marsteller Chile, socio director de Add-Value Creación de Valor Sustentable, vicepresidente de Newlink Sustainability y gerente general de Acción RSE, entre otras empresas.



Macarena Manzur

Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Magíster en Dirección de Recursos Humanos y Desarrollo Organizacional de la Universidad Autónoma de Madrid. Actualmente es socia de Trironi y Asociados y dirige el equipo de Organizaciones en la consultora. Es docente en el Magíster en Comunicación Estratégica de la Universidad Católica y anteriormente en el Magíster en Gestión de Personas de la Universidad Alberto Hurtado.



Eduardo Opazo

Profesor en Magíster en Comunicación Estratégica y MBA de la Escuela de Administración de la UC. MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez y AMP de IESE, Barcelona. Cursos de formación en Harvard Business School, IESE, Wharton Business School y CEIBS Shanghai, China.



Macarena Ortiz

Periodista UC, coach ontológico Newfield Consulting y magíster en Psicología Analítica, Universidad Mayor. Consultora en procesos de liderazgo. Especializada en coaching a ejecutivos con alta exposición pública, manejo narrativo y negociación con audiencias complejas.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.

Javier Peralta



Magíster en Administración Pública de la Escuela de Gobierno John Kennedy de la Universidad de Harvard, Diplomado en Estudios de Negocios de la London School of Economics y Licenciado en Información Social y Periodista de la UC. Es socio de la agencia de asuntos públicos y comunicaciones Nexos, con 15 años de experiencia en periodismo y comunicación estratégica, especializado en el desarrollo de estrategias de relacionamiento con stakeholders para empresas privadas e instituciones públicas. Cuenta con amplia experiencia en manejo de crisis en instituciones de distintos ámbitos y más de 10 años de docencia universitaria.

William Porath



Periodista UC y Dr. Phil. en Ciencias Políticas por la Universidad Johannes Gutenberg de Mainz, Alemania. Es profesor titular de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica y director de Investigación y Doctorado de dicha facultad. Sus últimas publicaciones son sobre la personalización de las campañas políticas, la publicidad política en Chile y los contenidos políticos de la prensa chilena.

Claudio Racciatti



Licenciado en Administración, Universidad de Buenos Aires. Biología Cultural, Universidad Mayor – Instituto Matriztico. Profesor de Diseño y Pensamiento Estratégico en Comunicación Estratégica y de Taller de Estrategias en Comunicación Corporativa del Diplomado en Comunicación Corporativa de la Facultad de Comunicaciones UC. Investigador en la Escuela de Comunicación y Arte de la Universidad de São Paulo. Asesor de empresas. Socio en 3 Consultores.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.

Sebastián Valenzuela



Ph.D. en Comunicaciones, University of Texas at Austin. Es profesor, editor en jefe de la revista Cuadernos.info y coordinador de publicaciones científicas de la Facultad de Comunicaciones UC. También es investigador del Centro de Investigación para la Gestión Integrada del Riesgo de Desastres (CIGIDEN) y del think tank TrenDigital. Su trabajo universitario y de consultoría se centra en la comunicación política, las redes sociales, y el periodismo, temas sobre los que ha escrito en más de 45 publicaciones académicas. Enseña tanto en pregrado (plan común) como en el diplomado de Redes Sociales, los magísteres de Periodismo y Comunicación Estratégica, y el doctorado en Ciencias de la Comunicación.

Vicente Valjalo



Ph.D. (c) en Filosofía en The European Graduate School, M.Sc. en Media y Comunicación en el London School of Economics and Political Science y comunicador social y psicólogo. Ha sido director de Planificación Estratégica en Porta-DMB&B Publicidad, para Lintas manejando Unilever en Latinoamérica y actualmente se desempeña como profesor de la Facultad de Comunicaciones.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.

Para postular al programa
debes visitar nuestro sitio web
comunicaciones.uc.cl/magister

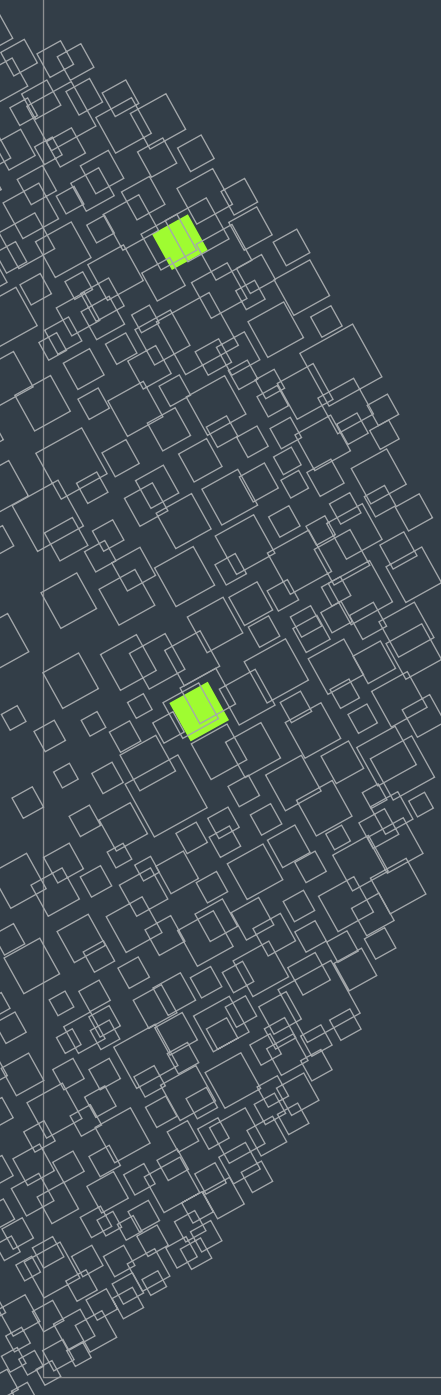
Descuento de **5% por inscripción**
antes del **31 de diciembre de 2017**.
Acumulable con **descuento de**
5% por pago al contado.

INFORMACIONES Y
MATRÍCULAS
MATILDE PLAZA
matilde.plaza@uc.cl
+56 22354 2066

<http://mcestr.comunicaciones.uc.cl/>
<http://comunicaciones.uc.cl/magister/>



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE



comunicaciones.uc.cl
@fcomuc
fcomuc
#fcomuc

Facultad de Comunicaciones
Av. Libertador
Bernardo O'Higgins 340,
Santiago, Chile.

	Universidad acreditada / 7 años
	Máxima acreditación en todas las áreas
	Docencia de pregrado / Gestión Institucional
	Docencia de postgrado / Investigación

Vinculación con el medio. HASTA NOV. 2018