

Programa de Estudios Magíster en Comunicación Estratégica

El programa del Magíster en Comunicación Estratégica se desarrolla en **tres o cuatro semestres** (dependiendo de la carga que elija el alumno) durante los cuales se deberá cursar un total de 120 créditos, distribuidos en 50 créditos en cursos mínimos, 50 créditos en cursos optativos y un proyecto de grado de 20 créditos. Los cursos optativos son impartidos tanto por la Facultad de Comunicaciones como por otros magísteres de la UC.

Malla curricular

Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre
Teoría de la Comunicación (5 cr) Teoría de las Organizaciones (5 cr)	Percepciones y Marcas (10 cr)	Discurso Corporativo (10 cr)
Análisis del Entorno (5 cr) Diseño y Pensamiento Estratégico (5 cr)	Gestión Estratégica de la Comunicación y la Confianza (10 cr)	Proyecto de Grado (20cr)
Curso optativo (10 cr)	Curso optativo (10 cr)	Curso optativo (10 cr)
Curso optativo (10 cr)	Curso optativo (10 cr)	

Cursos Mínimos Primer Semestre

CURSO: Teoría de la Comunicación (5 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso presenta diferentes tipos de teorías de la comunicación, con el propósito que los alumnos puedan describir los problemas en torno a la comunicación que enfrenta cualquier tipo de organización en una sociedad moderna, aplicando el marco teórico más adecuado para el problema específico que se afronte, de manera que a partir de una correcta conceptualización, se puedan también proponer las mejores soluciones para una adecuada estrategia de comunicaciones que sea sustentable en el tiempo y efectiva en sus resultados. Este curso se dicta en conjunto con “Teoría de las Organizaciones”.

CURSO: Teoría de las Organizaciones (5 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso está orientado a entender las organizaciones como sistemas complejos insertas en un entorno social cada vez más interconectado. Por otro lado, se entregan herramientas conceptuales para comprender la conducta de los individuos dentro de estas organizaciones y los procesos organizacionales que se generan en su estructura interna. Este curso se dicta en conjunto con “Teoría de la Comunicación”.

CURSO: Análisis del entorno (5 créditos)

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

Los contenidos y metodología combinan aplicaciones prácticas con aspectos teórico-conceptuales. El curso se plantea desde una mirada esencialmente estratégica de apoyo a la alta dirección de las organizaciones. Este curso se dicta en conjunto con “Diseño y Pensamiento Estratégico”.

CURSO: Diseño y Pensamiento Estratégico (5 créditos)

DESCRIPCIÓN: 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.

Que se entienda la importancia de los factores implícitos en el proceso de toma de decisiones y su vinculación con el pensamiento estratégico y con la comunicación de una organización. Este curso se dicta en conjunto con el curso “Análisis del Entorno”.

Cursos Mínimos Segundo Semestre

CURSO: Percepciones y Marcas (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso plantea a los alumnos una nueva forma de aproximarse al problema del marketing y las marcas, hurgando en las raíces biológicas del conocimiento 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.

Explorando explicaciones acerca de cómo percibimos y, por lo tanto, cómo conocemos, para buscar fundamentos que permitan ampliar el entendimiento del marketing y el branding, poniendo en el centro al consumo y a la cultura de consumo.

CURSO: Gestión Estratégica de la Comunicación y Confianza (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso está dirigido 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 de largo y mediano plazo.

Cursos Mínimos Tercer Semestre

CURSO: Discurso Corporativo (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso se orienta a entregar a los alumnos conocimientos y herramientas que les

permitan comprender el fenómeno de la construcción de sentido y aplicarlo en la elaboración y análisis de textos corporativos.

Al término del curso los alumnos serán capaces de producir y analizar crítica, ética y estratégicamente discursos corporativos de índole publicitario, informativo e institucional, a partir de una aproximación semiótica.

CURSO: Proyecto de Grado (20 créditos)

DESCRIPCIÓN: 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

CURSO: Gestión de la Comunicación en Procesos de Cambio (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: 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 éste.

CURSO: Coaching y Liderazgo (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: 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. Para esto se reflexionará sobre el modelo de liderazgo de la Escuela de Gobierno de Harvard, además de las corrientes de liderazgo transformacional y liderazgo auténtico. Junto con ello, daremos una visión general sobre el proceso de coaching y ahondaremos en la escuela ontológica, básicamente en la elaboración que propone sobre los actos del habla.

CURSO: Gestión de Asuntos Públicos (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso abordará la función de gestión de asuntos públicos como una rama de especialidad de la comunicación estratégica. Así, se enfocará en cómo la Comunicación Estratégica debe abordar los procesos de comunicación que requieren establecer relaciones y negociaciones con autoridades, grupos de interés y otros stakeholders. Todo ello, enfocado en la consecución de decisiones desde el sistema político.

CURSO: Estrategias comunicacionales 2.0: El uso de redes en organizaciones (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: Este curso se diseñó para proporcionar a los estudiantes una comprensión de los principales componentes teóricos y prácticos en el desarrollo de estrategias con redes sociales en organizaciones. El curso está dividido en cuatro unidades con el objeto que los asistentes puedan

entender de mejor forma cuatro aspectos centrales del uso de las redes en el mundo organizacional: 1) el fundamento teórico de las redes y los efectos que tienen en el mundo organizacional, 2) el uso de las redes como canal de comunicación interno, 3) el uso de las redes como canal de comunicación externo, 4) y el uso de las redes en situaciones de crisis.

CURSO: Diseño de contenidos digitales (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: Este curso responde a dos grandes objetivos. Por una parte los alumnos estudiarán fundamentos teóricos y prácticos sobre narración interactiva e idearán y desarrollarán la estrategia y producción del primer prototipo web de un proyecto transmedia, explorando en un lenguaje y estilo propio de creación colaborativa y multidisciplinar. Por otra parte se estudiará las diferentes plataformas que hoy existen en el mercado con el objeto de entender las variables que deberían incidir en el tipo de medio que se utilice para publicar y difundir el contenido desarrollado.

CURSO: Redes sociales en distintos ámbitos de la comunicación (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: Este curso se sumerge en la dinámica del uso cotidiano de las redes sociales en distintos contextos comunicacionales, incluyendo los usos periodísticos de las redes sociales, cómo los medios sociales pueden ser empleados en la gestión pública y la comunicación política, el manejo de la reputación corporativa a través de las redes sociales, y el marketing y la publicidad en las redes sociales. Para ello, se analizarán buenas prácticas, se estudiarán ejemplos y casos tanto nacionales como internacionales y se discutirá el desarrollo de estrategias comunicacionales para redes sociales. Los alumnos pondrán en práctica lo aprendido durante el curso a través de distintos trabajos, tanto en clases como fuera de ellas, en trabajos individuales como en equipo.

CURSO: Creación y gestión de proyectos digitales (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: 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 necesarios para el desarrollo de proyectos de comunicación en soportes digitales. El foco del curso es la exploración y aplicación de las metodologías y herramientas existentes actualmente en el mercado para lograr productos coherentes, consistentes y elaborados en torno a ecosistemas multipantalla y multiformato.

CURSO: Sustentabilidad y Responsabilidad Social (5 créditos)

DESCRIPCIÓN: 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”– que crecientemente se está incorporando en empresas y organizaciones nacionales e internacionales, y que dentro de ellas prioritariamente se está radicando en el ámbito de las comunicaciones estratégicas.

CURSO: Reputación Corporativa (5 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso entregará 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. Los alumnos aplicarán los principales pasos necesarios para gestionar el relacionamiento con los principales grupos de interés (stakeholders) de manera de procurar una mejor reputación corporativa.

CURSO: Comunicación y Política (10 créditos)

DESCRIPCIÓN: El curso entrega las herramientas a los responsables de la comunicación corporativa de las instituciones para que comprendan el rol que juegan los medios de comunicación y la opinión pública en el proceso de toma de decisiones en un sistema político, y así puedan operar en él. La interrelación entre opinión pública, medios y proceso político establecen un marco en que opera la comunicación estratégica corporativa.