



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

MAGÍSTER EN
**COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
MARKETING Y NEGOCIOS**

POSTGRADOSUDD

Para liderar en un mundo global

Globalización • Innovación • Excelencia



BIENVENIDA

Hoy enfrentamos bajos niveles de confianza en las instituciones y personas; demandas sociales que exigen respuestas inmediatas y un poder de alcance casi ilimitado de las redes sociales producto de los avances en tecnología y la globalización.

En esta era digital, toda empresa y organización requiere de profesionales que emprendan el desafío de planificar y gestionar la relación con los distintos públicos de interés, en áreas como el marketing, manejo de redes sociales, comunicación interna y corporativa, visión del negocio y relación con la comunidad, entre otras.

El Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo entrega precisamente las herramientas para pensar, formular y dirigir una estrategia comunicacional 3.0. De carácter profesionalizante y con un enfoque práctico, el programa aborda contenidos integrados en las áreas de comunicación estratégica y de marca, a partir del análisis de casos reales a nivel nacional e internacional.

Inserto en el área de postgrados de la UDD - caracterizada por los sellos de la innovación, la excelencia y la globalización - el Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios profundiza también en la comprensión del mundo de los negocios e integra la comunicación tradicional, digital y el diseño de experiencias de marca.

Carolina Mardones Figueroa
Decana Facultad de Comunicaciones
Universidad del Desarrollo



“Todo vivir humano ocurre en conversaciones y es en ese espacio donde se crea la realidad en que vivimos”

Humberto Maturana

El Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios está dirigido a profesionales de diversas áreas interesados en el ámbito de las comunicaciones corporativas y el desarrollo de marcas, que desean conocer los desafíos y constante evolución que enfrenta esta industria.

ATRIBUTOS

- *Visión analítica y global del fenómeno comunicacional, considerando el negocio, el entorno y los ejes de la sustentabilidad de la empresa u organización.*
- *Formación multidisciplinaria con docentes de distintas profesiones y de reconocida trayectoria en el mundo académico y campo laboral.*
- *Enfoque práctico gracias a que el programa está diseñado con una metodología de casos en cada asignatura, además de talleres y un proyecto final que permite aplicar las herramientas adquiridas en las diferentes disciplinas que integran la malla curricular.*
- *Desarrollo de habilidades profesionales en temas como liderazgo, negociación, trabajo en equipo, emprendimiento e innovación.*

OBJETIVOS

- *Adquirir una visión analítica en Comunicación Estratégica, considerando el entorno, el negocio y la sustentabilidad de la empresa u organización.*
- *Gestionar las relaciones, complejas e influyentes, entre las marcas y las personas, integrando la reputación corporativa y las claves del marketing estratégico.*
- *Comprender a los consumidores en su dimensión social y personal.*
- *Evaluar metodologías para realizar un adecuado diagnóstico comunicacional.*
- *Enfrentar potenciales conflictos comunicacionales en forma proactiva, anticipando escenarios y riesgos para la organización.*
- *Saber aplicar estrategias y herramientas de comunicación digital, dominar las métricas necesarias para evaluar las acciones comunicacionales y saber integrarlas con la comunicación off line.*
- *Diseñar e implementar estrategias de comunicación considerando todos los públicos de interés y situaciones de cambio organizacional.*
- *Guiar equipos de trabajo de alto desempeño sobre la base de un análisis estratégico de las necesidades y comportamientos de las audiencias para el desarrollo de estrategias comunicacionales integrales.*

ÁREAS DE ESTUDIO



El plan de estudio del magíster se organiza de la siguiente forma:

- 5 cursos obligatorios en el área de la COMUNICACIÓN
- 3 cursos obligatorios en el área de MARKETING
- 4 cursos obligatorios en el área de NEGOCIOS
- 5 talleres PRÁCTICOS e integradores
- 4 talleres de ESPECIALIDAD obligatorios que refuerzan la práctica de los módulos académicos durante el tercer semestre.
- PROYECTO INTEGRADOR FINAL (tesis de grado)

MALLA CURRICULAR

SEMESTRE I

- *Comunicación Estratégica y Sociedad*
- *Públicos y Tendencias*
- *Análisis Estratégico del Negocio*
- *Metodología para el Diagnóstico Comunicacional*
- *Taller Persuasión y Habilidades de Comunicación*
- *Taller Creación de Valor y Mirada Estratégica*
- *Taller de Comunicación Integrada I*

SEMESTRE II

- *Gestión y Desarrollo de Marca*
- *Gestión de la Comunicación Interna*
- *Estrategias de Marketing Digital*
- *Redes Sociales y Métricas*
- *Gestión de Crisis Comunicacional*
- *Taller de Comunicación Integrada II*

SEMESTRE III

- *Comunicación y Sustentabilidad*
- *Evaluación de Proyectos*
- *Negociación y Habilidades Directivas*
- *Taller Electivo I*
- *Taller Electivo II*
- *Taller Electivo III*
- *Taller Electivo IV*
- *Taller de Comunicación Integrada III*
- *Proyecto Integrador Final*

■ CURSO ÁREA COMUNICACIONES

■ CURSO ÁREA MARKETING

■ CURSO ÁREA NEGOCIOS

■ TALLERES PRÁCTICOS

El Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios cuenta con dos diplomados conducentes. Ambos con una duración de dos semestres (cupos limitados):

DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

SEMESTRE I

Comunicación Estratégica y Sociedad

Público y Tendencias

Análisis Estratégico del Negocio

Taller Persuasión y Habilidades de Comunicación

Taller de Comunicación Integrada

SEMESTRE II

Gestión de la Comunicación Interna

Gestión de Crisis Comunicacional

DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

SEMESTRE I

Públicos y Tendencias

Análisis Estratégico del Negocio

Taller Persuasión y Habilidades de Comunicación

Taller de Comunicación Integrada

SEMESTRE II

Gestión y Desarrollo de Marca

Estrategias de Marketing Digital

Redes Sociales y Métricas

ASIGNATURAS, OBJETIVOS Y CONTENIDOS

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO

Objetivo: comprender los conceptos principales y las metodologías para la formulación e implementación de estrategias empresariales.

Contenidos:

- *cadena de valor*
- *fuerzas competitivas*
- *estrategias de negocio*
- *economías desarrolladas*

METODOLOGÍA PARA EL DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

Objetivo: aprender las metodologías de investigación aplicables a un modelo de diagnóstico comunicacional.

Contenidos:

- *metodologías de investigación*
- *problematización*
- *diagnóstico comunicacional*
- *evaluación de gestión comunicacional*

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIEDAD

Objetivo: analizar el entorno social en el cual se desenvuelven las organizaciones como punto de partida para un adecuado lineamiento de la estrategia comunicacional.

Contenidos:

- *comunicación estratégica*
- *opinión pública*
- *gestión de marca*
- *creación de valor*
- *manejo de públicos o stakeholders*

TALLER DE PERSUACIÓN Y HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

Objetivo: fortalecer las habilidades de comunicación y persuasión del alumno. Aportar técnicas de resolución de problemas y de planificación de la comunicación, para generar mensajes claros, atractivos y persuasivos.

Contenidos:

- *técnicas de resolución de problemas*
- *planificación de la comunicación*
- *argumentación y persuasión*

PÚBLICOS Y TENDENCIAS

Objetivo: conocer los tipos de audiencias y públicos, junto con las tendencias emergentes, como una ventaja competitiva para una adecuada planificación de las comunicaciones y de la estrategia de negocio de una organización.

Contenidos:

- *investigación de mercado y audiencias*
- *grupos socioeconómicos etarios y por géneros*
- *tendencias sociales y de consumo*

CREACIÓN DE VALOR Y UNA MIRADA ESTRATÉGICA

Objetivo: desarrollar habilidades para innovar y generar valor en el desarrollo de nuevos productos, servicios, procesos o en nuevos modelos de negocios.

Contenidos:

- *innovación y creatividad*
- *modelos de innovación*
- *design thinking*
- *co-diseño y evaluación de la idea*

ASIGNATURAS, OBJETIVOS Y CONTENIDOS

TALLER DE COMUNICACIÓN INTEGRADA (I, II y III)

Objetivo: realizar un proyecto comunicacional para un cliente real, integrando el aprendizaje multidisciplinario que contempla el programa.

Contenidos:

- *plan de comunicaciones*
- *análisis de escenarios de crisis*
- *modelos de comunicación para el desarrollo sostenible*

GESTIÓN Y DESARROLLO DE MARCA

Objetivo: introducir al alumno en los conceptos necesarios para comprender la marca como un aspecto central del marketing.

Contenidos:

- *teoría de la construcción y el desarrollo de marcas*
- *identidad, posicionamiento, imagen, personalidad y valores de una marca*
- *modelos de construcción y evaluación de marcas*
- *brand experience*

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo: entregar conocimientos teóricos y herramientas prácticas para una eficiente gestión de las comunicaciones al interior de una empresa u organización.

Contenidos:

- *cultura y clima en la organización*
- *gestión de personas y comunicaciones*
- *la comunicación en procesos de gestión del cambio*
- *endomarketing*

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Objetivo: aprender a diseñar y aplicar estrategias de comunicación y marketing digital junto con potenciar la marca a partir de ambas herramientas.

Contenidos:

- *la web y las plataformas sociales*
- *marketing móvil*
- *marketing de buscadores y publicidad digital*
- *las marcas como generadoras de contenidos*
- *la era del "prosumidor"*

GESTIÓN DE CRISIS COMUNICACIONAL

Objetivo: habilitar al alumno para enfrentar los diversos tipos de crisis que puede enfrentar una organización; entregar los conocimientos y herramientas para anticipar, evaluar y manejar adecuadamente un evento crítico.

Contenidos:

- *crisis comunicacional*
- *cómo abordar los medios de comunicación*
- *redes sociales en el manejo de crisis*
- *vocerías y mensajes claves*

COMUNICACIÓN Y SUSTENTABILIDAD

Objetivo: conocer los fundamentos de la gestión sustentable o sostenible y los alcances de esta mirada en las comunicaciones y el marketing de una organización.

Contenidos:

- *normas y estándares en sustentabilidad*
- *relacionamiento con la comunidad*
- *ética y gobierno corporativo*
- *reportes de sustentabilidad*

ASIGNATURAS, OBJETIVOS Y CONTENIDOS

NEGOCIACIÓN Y HABILIDADES DIRECTIVAS

Objetivo: desarrollar habilidades en el ámbito de relaciones interpersonales, como el liderazgo, el manejo de crisis y la negociación.

Contenidos:

- *el valor de las relaciones interpersonales*
- *tipos de conflictos*
- *comunicación y negociación*
- *el arte de negociar*

EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Objetivo: comprender los conceptos básicos para la evaluación de proyectos de inversión.

Contenidos:

- *estudio de mercado*
- *estudio técnico*
- *flujos de caja*
- *criterios para tomar decisiones de inversión*
- *tipos de riesgos*

PROYECTO INTEGRADOR FINAL

Objetivo: plasmar la adquisición de competencias en un proyecto que articule la aplicación de los contenidos impartidos en los distintos cursos del programa.

Contenidos:

- *diagnóstico comunicacional*
- *formulación de objetivos*
- *diseño estratégico y propuesta de implementación*
- *evaluación de resultados*

TALLERES ESPECIALIZADOS

Objetivo: reforzar desde la práctica los contenidos abordados en los módulos obligatorios.

Se dictan en el tercer semestre.

TESTIMONIOS EGRESADOS

“Los profesores del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD impulsan el trabajo multidisciplinar y nos animan a llegar más lejos. Son profesionales altamente capacitados y destacados en sus rubros, que saben traspasar sus conocimientos de forma dinámica y colaborativa”.

Pía Benoit, arquitecta.

“Estudiar este programa de postgrado ha sido un aporte en la generación de redes de contacto, lo que es esencial para nuestra carrera y profesión. Los invito a formar parte del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD, ya que las comunicaciones no son sólo para periodistas sino también para distintos profesionales”.

Constanza Bassaletti, periodista.

“El magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD me permitió expandir y mejorar mi visión estratégica de las comunicaciones. Además, me entregó las herramientas necesarias para desarrollar y gestionar correctamente las marcas sin importar su contexto, de modo tal que puedan generar valor a todos sus stakeholders. En definitiva, este programa generó en mí un grado de madurez profesional que ha permitido crecer positivamente en la industria”.

Sébastien Leroux, publicista.

“La modalidad del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD es absolutamente compatible con el trabajo y permite participar activamente en el programa. La persona que realmente quiere estudiar y trabajar al mismo tiempo, lo puede hacer”.

Juan Ignacio Ugarte, ingeniero comercial.

TESTIMONIOS PROFESORES

“El magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD se hace cargo del entorno social, cultural, político y económico en el que viven las organizaciones en la actualidad, entregando herramientas comunicacionales y de gestión que permiten establecer líneas estratégicas para un desarrollo sustentable. Miramos la comunicación como un todo y como pieza fundamental para el cumplimiento de los objetivos corporativos”.

Luis Galleguillos, socio de **Azerta Comunicaciones**.

“Las organizaciones son un sistema que conversa hacia adentro, con sus pares y con el entorno. Organizar esta comunicación para alcanzar los resultados esperados, es uno de los principales objetivos del programa”.

Beatriz Seguel, socia fundadora de **Soul Consultores**.

“Al igual que en una empresa u organización, los alumnos del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD se enfrentarán a desafíos concretos y buscarán soluciones reales, trabajando en equipos multidisciplinarios y utilizando técnicas de innovación”.

Pablo Vidal, gerente general de **Sustenta+**

“El magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD le permitirá a cualquier profesional desempeñarse de mejor modo en el mundo corporativo, de las comunicaciones, de las redes sociales. Le facilitará también manejar herramientas, habilidades y conocimientos en áreas de comunicación interna, crisis y gestión de redes sociales, entre otros ámbitos de la comunicación”.

Guillermo Verbakel, consultor en **Marketing Digital**.

INFORMACIÓN GENERAL

Fecha de inicio: 10 de mayo de 2019 Santiago

Duración: 3 semestres + Proyecto Integrador Final

*Modalidad: Formato WEEKEND
Clases presenciales cada 15 días*

*Santiago: Viernes de 17:30 a 21.30 horas
Sábados de 08:30 a 12:50 horas / 14:00a 18:00 horas*

Más información: <http://comunicaciones.udd.cl/mcemn/>

CONTACTO

Alberto Pedro López-Hermida

Director de Postgrado

Facultad de Comunicaciones

alopezhermida@udd.cl

Fono: +56 2 2327 9154

Universidad del Desarrollo

Av. Plaza 680, San Carlos de Apoquindo, Las Condes
Santiago

Valentina Oyaneder Gutiérrez

Coordinadora de Educación Continua y

Extensión Facultad de Comunicaciones

voyaneder@udd.cl

Fono: +56 41 268 6679

Universidad del Desarrollo

Ainavillo #456 (segundo piso)

Concepción

La Universidad se reserva el derecho de dictar o no el programa si no existe el mínimo de participantes requeridos.