

Fecha inicio:
31 de Marzo

Fechas:

Del 31 de Marzo al 03 de Diciembre de 2014

Modalidad:

Presencial

Tipo:

Diploma

Valor:

\$ 2.500.000

Horario

Lunes y miércoles de 18.30 a 21.15

Duración

160 horas cronológicas.

Lugar de realización

Campus Casa Central

Facultad

Facultad de Comunicaciones

Contacto

Estefanía Tarud Karl
setarud@uc.cl
2354 20 62

Consulta pagos & matrículas

Elizabeth Zavala Flores
ezavala@uc.cl
2354 65 82

Diplomado en Comunicación Corporativa

Este diplomado en su XX versión está orientado a entregar una visión global y actualizada del rol de las comunicaciones en la estrategia competitiva de las organizaciones.

Descripción

Las crecientes demandas que diversos stakeholders -comunidades, accionistas, consumidores y ciudadanos entre otros- están efectuando a empresas e instituciones, obligan a éstas a dar cuenta ya no sólo de la calidad de sus productos y servicios, sino también de sus proyectos, de las misiones que las animan y de su gestión. A través de metodologías teórico-prácticas, los participantes del diplomado adquirirán las competencias para conocer, analizar y aplicar las principales herramientas de la dirección estratégica de organizaciones con la finalidad de diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales acordes a los objetivos corporativos.

Dirigido a

El Diplomado en Comunicación Corporativa está orientado a profesionales y ejecutivos vinculados con la gestión de comunicaciones interna y externa tanto de empresas productivas y de servicios, como de instituciones públicas y privadas nacionales e internacionales.

Prerrequisitos

- Poseer alguno de los siguientes grados académicos o títulos profesionales vinculados al ámbito de la comunicación corporativa: periodista, licenciado en comunicación, ingeniero comercial, psicólogo, sociólogo, diseñador, publicista o relacionador público.
- Tener experiencia en el área de la comunicación interna o externa (2 años mínimo)
- Cualquier otro caso será considerado en forma especial.

Objetivos

Conocer, analizar y aplicar las principales herramientas de la dirección estratégica de organizaciones con la finalidad de diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales acordes a los objetivos corporativos.

Comprender la importancia del rol de las comunicaciones en la empresa moderna mediante una visión integral. Difundir el concepto integrado de comunicación corporativa, promoviendo su utilización como instrumento de estrategia competitiva y de legitimación social. Comprender el rol, fundamentos y principios de distintas áreas del quehacer comunicacional (marketing estratégico, comunicaciones internas, responsabilidad social, reputación, diagnóstico comunicacional) Profundizar en los desafíos que presenta la gestión de stakeholders en el entorno actual. Analizar conceptos, metodologías y herramientas multidisciplinarias que permitan a los ejecutivos del área liderar y coordinar eficazmente la comunicación interna y externa. Ejercitar los conocimientos y técnicas aprendidas a través de casos prácticos.

Curso Comunicación en las Organizaciones

- Qué es la comunicación estratégica
- Análisis de escenarios comunicacionales

- La importancia del diagnóstico en la gestión de comunicaciones
- Identidad y comunicación organizacional.
- Sistemas de gestión de las comunicación interna.
- La comunicación como requisito para la integración organizacional.
- La comunicación como herramienta para el cambio organizacional.
- La comunicación interna en la gestión de crisis.
- Cómo auditar la comunicación interna.
- Desarrollo de estrategias de comunicación interna

Curso Dirección Estratégica de Organizaciones y Marketing

- La Estrategia como articulador de la visión y gestión integral de las Organizaciones y guía en relación al mercado competitivo.
- Monitoreo Organizacional
- Reconocimiento y valorización de los agentes relevantes para la gestión de las Organizaciones
- Una nueva mirada a los consumidores
- Segmentación, Targeting y Posicionamiento
- La nueva era del Marketing

Curso Desafíos en la gestión de stakeholders: Responsabilidad Social, Confianza y Reputación Corporativa

- Los alcances y la importancia de la responsabilidad social
- Modelos de Responsabilidad Social
- Comunicación y Responsabilidad Social
- Importancia de la gestión de la confianza en organizaciones
- Bases y fuentes de construcción de confianza
- La importancia y el valor de la reputación corporativa

- El Modelo RepTrack ® de medición de la reputación
- Los desafíos que la reputación presenta al gerente de comunicaciones.
- Importancia de la gestión de la confianza en organizaciones
- Bases y fuentes de construcción de confianza
- Aplicación de casos de estudio.

Curso Taller de Estrategia de Comunicación Corporativa

- Qué es la dirección estratégica de comunicaciones
- Cómo formular una estrategia de comunicación corporativa
- Contenidos de una estrategia de comunicación
- Formulación, seguimiento y control de una estrategia de comunicación corporativa
- Ámbitos y roles del responsable de la comunicación corporativa

Equipo docente

- Claudia Labarca
PhD Escuela de Gobierno y Relaciones Internacionales Universidad de Durham, Reino Unido. Magister en Dirección de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Periodista Universidad Católica de Chile. Ha trabajado como Directora de Comunicaciones en empresas en Chile y en el extranjero.
- Flavia Berger M
MA in Communication, Universidad de Ottawa. Periodista Universidad de Chile. Diplomada en Políticas Públicas UC. Consultora Área de investigación de Tironi y Asociados.
- Bárbara Délano A.
Magíster en Comunicación Social y en Estudios Internacionales por la Universidad de Chile. Periodista. Directora Ejecutiva de Octopus Consultores. Verificadora de Conducta Responsable.
- Patricio Dussillant B.
Doctor en Comunicaciones, Universidad de Navarra, España. Programa de Alta Dirección de Empresas (PADE) ESE, Escuela de Negocios, Universidad de Los Andes. Abogado, Pontificia Universidad Católica de Chile. Socio en 3 Consultores.
- Juan Pedro García
Master of Science en Comunicaciones Integradas de Marketing, Universidad de Northwestern. Ingeniero Civil Industrial, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Sergio Godoy E.
Doctor en Comunicaciones, Universidad de Westminster, Inglaterra. MBA Universidad de Exeter, Inglaterra. Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile. Sub director de Investigación y Postgrado, Facultad de Comunicaciones UC.
- Macarena Manzur N.
Master en Dirección de RR.HH. y Desarrollo Organizacional, Universidad Autónoma de Madrid. Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Socia y Jefa del grupo de Comunicación Organizacional de Tironi Asociados.
- Claudio Racciatti.
Licenciado en administración, Universidad de Buenos Aires. Diplomado en Negocios internacionales, Universidad del Desarrollo. Profesor de DEO & Marketing en Magister en

Comunicación Estratégica, Facultad de Comunicaciones UC. Asesor de empresas. Socio en 3 Consultores.

- Claudia Román H.

Sicóloga U Central. Diplomada en Dirección y Administración de Recursos Humanos UC. Diplomada en Desarrollo Organizacional, U de Chile. Diplomada en Marketing Integral U. Adolfo Ibáñez. Directora de tendencias y consumos Edgy.

- Rodrigo Lufí L.

Master in Business Administration. Executive MBA. UAI. Psicólogo de la Universidad de Valparaíso. Diplomado en Estrategias de Negocios UAI. Amplia experiencia en área de desarrollo organizacional en grandes empresas.

Metodología

Los 4 cursos del diplomado contemplan clases expositivas, las que se complementan con material audiovisual y lectura obligatoria. Se enfatiza la implementación de las ideas y técnicas aprendidas. Los alumnos conocerán experiencias en comunicación corporativa de diferentes empresas e instituciones del país y aplicarán a su realidad de trabajo las ideas y herramientas suministradas.

Evaluación

El diplomado contempla diversas metodologías evaluativas y de aprendizaje entre las que destacan los análisis de casos de estudio reales, controles bibliográficos escritos e interrogaciones orales.

Requisitos de aprobación

- Para aprobar el diplomado, el alumno debe cumplir con los siguientes requisitos: A) Un mínimo de asistencia de 75% a todo evento. B) Aprobar todos los cursos con nota mínima 4,0.*
- *Pese a que el reglamento de Educación Continua acepta la reprobación de un curso, la Facultad de Comunicaciones no da derecho a esa excepción. Los alumnos que aprueben las exigencias del programa recibirán un Certificado de Aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Nota: Las personas que no cumplan con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación.

Bibliografía

Será entregada por los profesores al inicio del diplomado.

Proceso de Admisión

Las personas interesadas deberán completar la ficha de postulación que se encuentra en www.educacioncontinua.uc.cl y enviar los siguientes documentos a Estefanía Tarud al mail setarud@uc.cl.

- Currículum Vitae actualizado.

- Copia simple de título profesional universitario, grado académico o título profesional técnico.

Luego será contactado, para asistir a una entrevista personal con el Jefe de Programa

No se tramitarán postulaciones incompletas.

Las postulaciones serán hasta el 15 de marzo o hasta completar las vacantes. Vacantes

El número de vacantes está limitado a 40 personas. Este diplomado requiere de un número mínimo de 20 inscritos para dictarse.

El Programa se reserva el derecho de suspender la realización del diplomado/cursos si no cuenta con el mínimo de alumnos requeridos. En tal caso se devuelve a los alumnos matriculados la totalidad del dinero en un plazo aproximado de 10 días hábiles.

diplomados
HOY SÉ MÁS **2014**