

# DIPLOMADO

DCC



FACULTAD DE COMUNICACIONES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CHILE

ADMISIÓN 2017

# Comunicación Corporativa

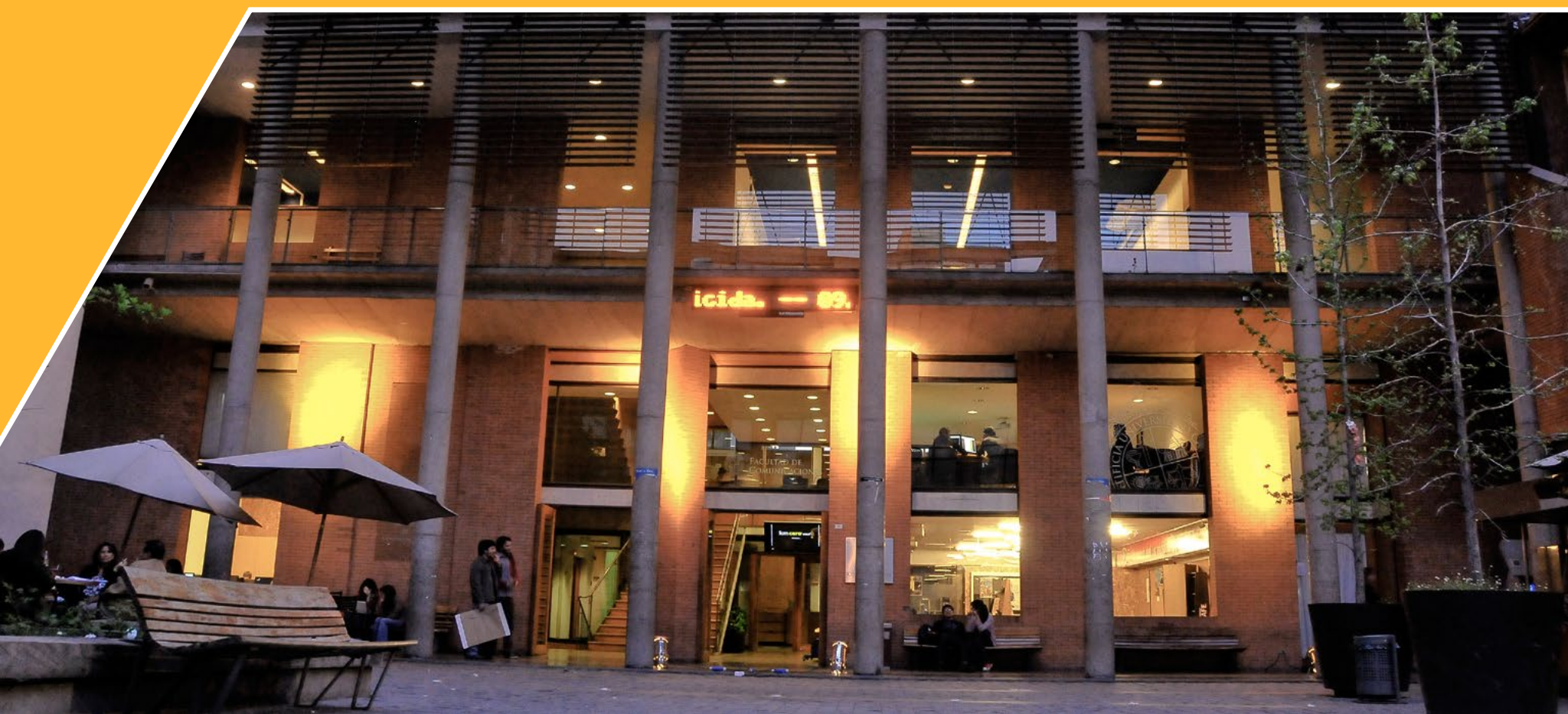
XXIII<sup>o</sup> versión

El Diplomado de Comunicación Corporativa en su XXIII versión está orientado a entregar una visión global y actualizada del rol de las comunicaciones en la estrategia competitiva de las organizaciones.

# LIDERAZGO

*fcom*

La Facultad de Comunicaciones UC es la única en Chile que se ubica entre las 100 primeras de su área a nivel mundial, según el último ranking QS. En esta posición solo hay otras dos universidades latinoamericanas (UNAM y Universidad de São Paulo). Nuestra Facultad destaca principalmente por su investigación y calidad de profesores. En los últimos 5 años, sus académicos han obtenido más de 20 fondos de investigación —entre los que se cuentan Fondecyt, Fondef, Fondap y fondos internacionales— y han publicado más de 70 *papers* en revistas de alto impacto académico. El 90% de los profesores de la Facultad cuenta con estudios de postítulo o posgrado, entre los que se incluyen 16 académicos con grado de doctor. Además, la Facultad cuenta con su propio laboratorio de innovación, el *Social Communication Lab* (SCL).



PALABRAS  
de la

# *Jefa de Programa*

Nuestro diplomado en Comunicación Corporativa forma líderes en la comunicación de empresas y organizaciones. Con más de 20 años entregando conocimiento de punta —tanto en materia teórica como práctica— el programa ofrece la oportunidad de interactuar con pares, renovar contenidos, generar análisis de casos reales, a la vez que invita a reflexionar y conceptualizar sobre la práctica diaria.

Los invitamos a conocer nuestro programa, sus profesores y contenidos.

Claudia Labarca  
Jefe de Programa Diplomado  
Comunicación Corporativa



# CARACTERÍSTICAS DEL *PROGRAMA*

Este programa se enmarca en el entorno competitivo y cambiante que enfrentan las organizaciones y los desafíos y oportunidades que se presentan a los departamentos de Comunicaciones, y que requieren de un análisis cada vez más profesional, tanto a nivel estratégico como operativo. Las crecientes demandas que diversos stakeholders —comunidades, accionistas, consumidores y ciudadanos, entre otros— están obligando a empresas e instituciones a dar cuenta ya no solo de la calidad de sus productos y servicios, sino también de sus proyectos, de las misiones que las animan y de su gestión.

El diplomado busca entregar una visión global y actualizada del rol de las Comunicaciones en la estrategia competitiva de las organizaciones. A través de metodologías teórico-prácticas, los participantes aprenderán las herramientas existentes del Marketing y la Comunicación (tanto interna como externa) que facilitarán la gestión de las comunicaciones y por lo tanto, el alcance de las metas institucionales.

A QUIÉN  
está *DIRIGIDO* ?

El diplomado 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.

# MALLA *CURRICULAR*

El diplomado en Comunicación Corporativa ofrece una malla curricular que combina diversos aspectos de la Comunicación Corporativa tanto interna como externa. Asimismo, ofrece la posibilidad a sus alumnos de flexibilizar sus contenidos en el segundo semestre.

## *MODALIDAD*

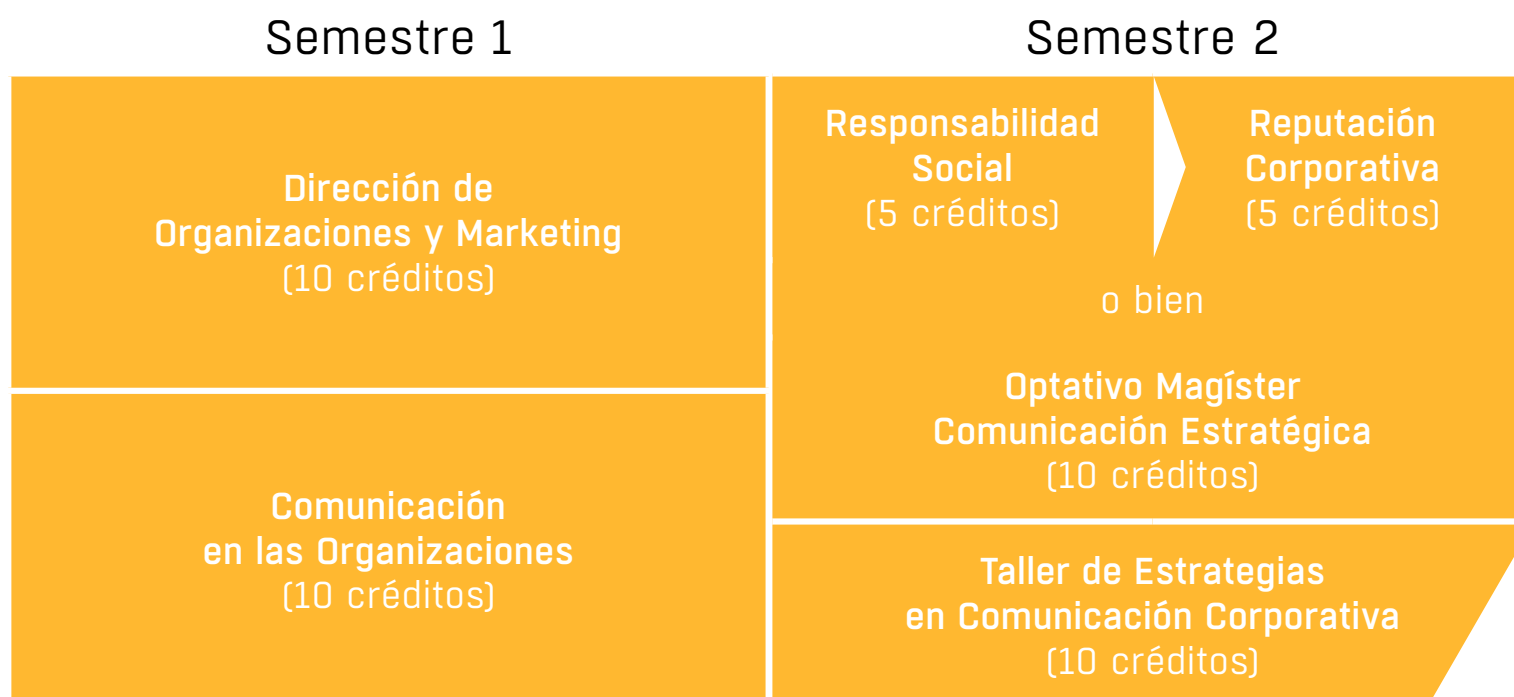
El programa comienza el lunes **20 de marzo de 2017** y termina la primera semana de diciembre. Hay 3 semanas de vacaciones de invierno. Los cursos se dictan los días lunes y miércoles de 18:30 a 21:20 horas, con un *coffee break* de 20 minutos.

Lunes y Miércoles

*Cursos*

**18:30 a 21:20 hrs**

## MALLA



## RAMOS MÍNIMOS

### Dirección de organizaciones y marketing

Este curso aborda la importancia de la dirección estratégica de organizaciones y las comunicaciones integradas al marketing dentro de la comunicación estratégica. Se desarrolla conceptos generales, tipos de organizaciones, funcionamiento, estructura, modelos de abordaje y más.

### Comunicación en las organizaciones

Este curso entiende las organizaciones como sistemas culturales y revisa sus variables “blandas”, así como modelos de gestión de la comunicación organizacional y cómo esta se relaciona con conceptos y procesos como el cambio organizacional, la administración de información y la gestión de recursos humanos. Así, se aproxima a la construcción de un plan de comunicación organizacional.



## Taller de estrategias en Comunicación Corporativa

A través de una metodología de aprendizaje colaborativo, se busca realizar un proceso que va desde la estrategia a la planificación, relevando la importancia de levantar un diagnóstico sólido para avanzar hacia el diseño de la estrategia, poniéndose también en el escenario de una crisis y el papel que juegan las comunicaciones en ella.



Durante el segundo semestre se puede tomar un ramo optativo perteneciente al **Magíster en Comunicación Estratégica**, o bien cursar estos dos ramos de 5 créditos cada uno:

### Reputación Corporativa

Los alumnos comprenderán el concepto de reputación corporativa, su importancia, los modelos para entenderla y gestionarla, los riesgos que ello implica y cómo se plasma en el trabajo con stakeholders para constituirse finalmente en un indicador de calidad en la evaluación de la comunicación corporativa.

### Sustentabilidad y responsabilidad social

Los alumnos aprenderán acerca de la historia y el estado actual del concepto de responsabilidad social y su implementación, así como su relación con el concepto de sostenibilidad y su herramienta principal de comunicación, como son los reportes.





# CUERPO ACADÉMICO

## JEFE DEL PROGRAMA



**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.

Mail de contacto: [claudialabarca@uc.cl](mailto:claudialabarca@uc.cl)

## ACADÉMICOS FACULTAD DE COMUNICACIONES UC\*



**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 Dussailant 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.

*\* Información referencial. Pueden producirse cambios.*



### Sergio Godoy E.

Doctor en Comunicaciones, Universidad de Westminster, Inglaterra. MBA Universidad de Exeter, Inglaterra. Periodista UC. Director del Doctorado en Comunicación y Sub director de Investigación y Postgrado, Facultad de Comunicaciones UC.



### 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.



### 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.



### Eduardo Opazo Preller

Profesor en Magister en Comunicación Estratégica y MBA de la Escuela de Administración 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.



### Claudio Racciatti

Licenciado en Administración, Universidad de Buenos Aires. Magíster en Biología Cultural, Universidad Mayor – Instituto Matricético; profesor de Diseño y Pensamiento Estratégico en Magíster 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.



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.

Para postular al programa debes visitar nuestro sitio web

Diplomados y cursos UC 2017





PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



<http://comunicaciones.uc.cl>



Facultad de Comunicaciones UC  
Alameda 340  
Casa Central  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Santiago  
Chile



@fcomuc



fcomuc



fcomuc



**7 años**  
Comisión Nacional  
de Acreditación  
CNA-Chile

---

**Universidad  
acreditada**  
Máxima acreditación  
en todas las áreas

- Docencia de pregrado
- Gestión institucional
- Docencia de postgrado
- Investigación
- Vinculación con el medio

HASTA NOV. 2018



UNIVERSIDADES  
PÚBLICAS  
NO ESTATALES  
CONSEJO DE RECTORES