

# Diplomado en Comunicación Corporativa

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 cuenta con su propio centro de innovación, el *Social Communication Lab* (SCL).

# Palabras de la jefa de programa

En nuestra constante búsqueda por entregar contenidos de vanguardia en el área de la comunicación corporativa, hemos innovado en nuestra malla tanto en flexibilidad como en contenidos. Particularmente, en esta nueva versión hemos incorporado una mirada específica a las industrias más relevantes de la economía y cómo se debieran abordar sus desafíos comunicacionales.

Los invitamos a acercarse a la Facultad de Comunicaciones UC para integrar la versión XXIV de nuestro Diplomado en Comunicación Corporativa: más de 20 años entregando conocimiento de punta para cientos de egresados. El programa ofrece la oportunidad de interactuar con pares, renovar contenidos, conocer metodologías, trabajar en casos reales, a la vez que invita a reflexionar y conceptualizar sobre la práctica diaria del quehacer comunicacional en las organizaciones.

Al ser parte de nuestro programa podrás acceder a interesantes seminarios y paneles con líderes de la industria, que constantemente visitan nuestra Facultad para conversar y compartir sus experiencias con nuestros alumnos.

Finalmente, es importante resaltar que este diplomado te permite optar, una vez cumplidos los requisitos de ingreso, al Magíster en Comunicación Estratégica, con lo cual es posible continuar el camino de formación. Ven a conocer nuestro programa, sus profesores y contenidos.

**CLAUDIA LABARCA**  
Jefa del 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 de 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 de las organizaciones. A través de metodologías teórico-prácticas, los participantes aprenderán las herramientas existentes del Marketing y la Comunicación 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 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. Asimismo, ofrece la posibilidad a sus alumnos de flexibilizar sus contenidos en el segundo semestre.

El programa se desarrolla entre los meses de marzo y 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 15 minutos. Además, se ofrece gratuitamente talleres prácticos durante el semestre y actividades de capacitación durante el año.

## ESTRUCTURA CURRICULAR\*

### Primer semestre

Dirección Estratégica  
de Organizaciones y Marketing  
10 créditos

Comunicación  
Corporativa Aplicada  
10 créditos

### Segundo semestre

Sustentabilidad y  
Responsabilidad Social\*  
(optativo)  
5 créditos

Reputación Corporativa\*  
(optativo)  
5 créditos

Taller de Estrategias en  
Comunicación Corporativa  
(10 créditos)

## LOS CURSOS

Lunes y miércoles  
de 18.30 a 21.20 horas.

\*A solicitud del alumno, los cursos de Sustentabilidad y Responsabilidad Social y el de Reputación Corporativa pueden ser reemplazados por cursos de otros programas, siempre y cuando existan vacantes disponibles.

# Ramos mínimos

## Dirección Estratégica 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 desarrollan conceptos generales, tipos de organizaciones, funcionamiento, estructura, modelos de abordaje y más.

## Comunicación Corporativa Aplicada

El especialista en comunicación debe tener la capacidad de entender las particularidades de cada industria en las que se desempeña la comunicación corporativa. El curso entrega una mirada estratégica desde las visiones y prácticas propias de cada sector productivo. Específicamente, analiza las industrias extractivas y de recursos naturales, tecnológicas, financieras, las pertenecientes al área de salud y la industria alimentaria.

## 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.

# Ramos optativos\*

## 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.

\* A solicitud del alumno, los cursos de Sustentabilidad y Responsabilidad Social y el de Reputación Corporativa pueden ser reemplazados por cursos de otros programas, siempre y cuando existan vacantes disponibles..

# Cuerpo académico

## Jefa del programa



### Claudia Labarca / [claudialabarca@uc.cl](mailto:claudialabarca@uc.cl)

Ph.D. Escuela de Gobierno y Relaciones Internacionales Universidad de Durham, Reino Unido; Magíster en Dirección de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona; Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile. Ha trabajado como Directora de Comunicaciones en empresas en Chile y en el extranjero.

## Académicos Facultad de Comunicaciones



### 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; Director del Departamento de Comunicación Aplicada de la Facultad de Comunicaciones UC.

\* Información referencial. Pueden producirse cambios.





## Sergio Godoy

Doctor en Comunicaciones, Universidad de Westminster, Inglaterra; MBA Universidad de Exeter, Inglaterra; Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile; Profesor Clase Ejecutiva y Centro de Gobierno UC.



## Eduardo Opazo

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



## Claudia Román

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.



## Paul Venturino

Magíster en Comunicación y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona; Magíster en Ciencia Política, mención en Instituciones y Procesos Políticos, Pontificia Universidad Católica de Chile; Periodista y licenciado en Información Social, Pontificia Universidad Católica de Chile; Director Ejecutivo de Strategika y autor de libros y artículos sobre Asuntos Públicos.

\* Información referencial. Pueden producirse cambios.

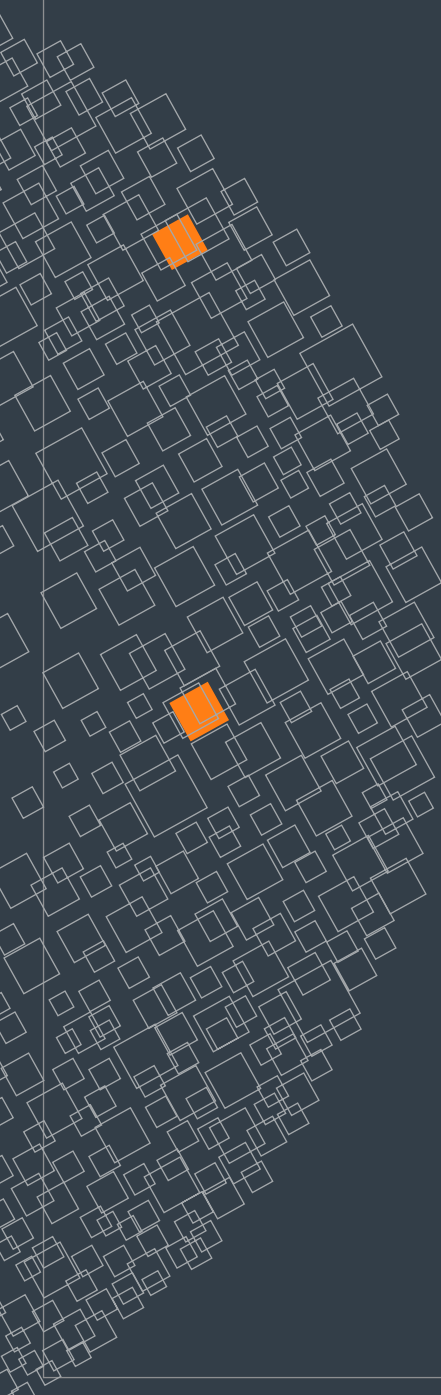


Para postular al programa  
debes visitar nuestro sitio web  
[comunicaciones.uc.cl/diplomados-y-cursos/](http://comunicaciones.uc.cl/diplomados-y-cursos/)

INFORMACIONES Y  
MATRÍCULAS  
**ESTEFANÍA TARUD**  
setarud@uc.cl  
+56 22354 2062



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE



**comunicaciones.uc.cl**  
**@fcomuc**  
**fcomuc**  
**#fcomuc**

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

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

Vinculación con el medio. HASTA NOV. 2018