

Diplomado en Redes Sociales Online y Comunicaciones

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 tiene su propio centro de innovación, el *Social Communication Lab* (SCL) y lleva más de 5 años liderando la investigación en el área digital, con el *think tank* TrenDigital.

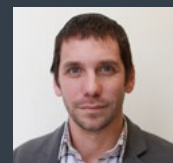
Palabras del jefe de programa

Llevo más de 10 años estudiando las consecuencias sociales del uso de tecnologías. Y debo ser honesto: como jefe de programa siempre pensé que nuestro foco debía estar en la aplicación de la investigación en el desarrollo de nuevas tendencias, y que esa investigación permeara el conocimiento de los alumnos a través de una bajada práctica aplicada al mundo profesional. En otras palabras, me preocupaba netamente del contenido.

Pero, este año innovamos. No solo agregamos dos cursos con temáticas centrales para la industria, como es el marketing digital orientado a comercio electrónico y la big data, sino que además hicimos un diplomado flexible, ya que estos cursos se dictarán como optativos en modalidad fin de semana. Es por ello que en esta nueva versión los interesados podrán especializarse y además escoger si quieren venir dos veces a la semana, como tradicionalmente se hacía, o una sola vez, más un viernes y sábado al mes.

Te invito a revisar la nueva malla y aprovechar esta nueva modalidad de diploma, pensada para profesionales más especializados y que quieren compatibilizar sus estudios con la vida profesional o familiar.

DANIEL HALPERN
Jefe del Diplomado
Redes Sociales Online y Comunicaciones





Características del programa

Desafíos y herramientas asociados al uso de redes sociales a nivel profesional con énfasis en el marketing online y la gestión de datos.

Combinamos la teoría y la práctica para enseñar a nuestros alumnos cómo utilizar las redes sociales para fines comunicacionales. Con profesores líderes en investigación digital aplicada a la industria de las comunicaciones, como Sebastián Valenzuela, el diplomado busca que los participantes puedan emplear las nuevas plataformas sociales de manera estratégica, inteligente y creativa, aprovechando el potencial que ofrecen hoy estos nuevos medios. Queremos que nuestros alumnos conozcan las mejores herramientas para crear, administrar y gestionar contenido digital, para así lograr una comunicación más efectiva y fluida con los usuarios.

¿A quién está dirigido?

El diplomado está dirigido a personas que busquen ampliar su conocimiento en el desarrollo de procesos y estrategias de comunicación digital. En la mayoría de los casos, a profesionales que se desempeñan en medios de comunicación, o en el área de comunicaciones dentro de empresas, instituciones o agencias. También se recomienda para profesionales que trabajan en campañas políticas y/o públicas, profesionales independientes del área del Periodismo, las Comunicaciones o interesados en ella.



Malla curricular

El diplomado en Redes Sociales ofrece una malla curricular con tres grandes fortalezas. En primer lugar, la malla responde a la nueva lógica comunicacional en que las empresas o encargados comunicacionales ya no pueden controlar el flujo de la información, sino que deben reconocer, en primer lugar, las características y necesidades que presenta el entorno para luego proponer y negociar el significado colaborativo de su discurso con los diversos públicos de interés. En segundo lugar, los cuatro cursos que se ofrecen tienen siglas de magíster, por lo que una vez concluido el diploma, si los estudiantes decidieran continuar con el Magíster en Comunicación Estratégica, por ejemplo, se le convalidarían todos estos cursos como optativos y además se le descontaría el valor íntegro del diplomado en el arancel del magíster. Y, en tercer lugar, incorporamos las principales tendencias de la industria digital y las aplicamos.

Modalidad

El programa comienza el martes 3 de abril del 2018 y termina la primera semana de diciembre. Hay 3 semanas de vacaciones de invierno. Los cursos mínimos se dictan los días martes y jueves de 18:30 a 21:20 horas, con un coffee break de 20 minutos. Hay un optativo que se dicta los jueves de 18:30 a 21:20, y el otro, un viernes y sábado al mes, de 17 a 21:20 y de 9:30 a 14 horas respectivamente. Además, se ofrece gratuitamente talleres prácticos cada semestre y actividades adicionales de capacitación en el año.

MALLA*

Semestre 1

Estrategias Comunicacionales 2.0:
El uso de Redes en Organizaciones
(mínimo)

Diseño de Contenidos Digitales
(optativo)

Marketing Digital y su Aplicación en
Comercio Electrónico
(optativo)

Semestre 2

Redes Sociales en Distintos Ámbitos
de la Comunicación
(mínimo)

Gestión de Proyectos Digitales
(optativo)

Big Data Orientado a Contenidos
(optativos)

LOS CURSOS MÍNIMOS:

los martes y jueves
de 18:30 a 21:20 hrs.

Un optativo: los jueves
de 18:30 a 21:20.

El otro: un viernes y sábado
al mes, de 17 a 21:20
y de 9:30 a 14 hrs.
respectivamente.

*Información referencial. Pueden producirse cambios.

Cursos mínimos

Estrategias Comunicacionales 2.0: El uso de Redes en Organizaciones

Proporciona a los estudiantes una comprensión de los componentes teóricos y prácticos en el desarrollo de estrategias con redes sociales en organizaciones en tres áreas principales: comunicación interna, comunicación externa y el uso de las redes en situaciones de crisis.

Redes Sociales en Distintos Ámbitos de la Comunicación

Este curso se sumerge en la dinámica del uso cotidiano de las redes sociales en distintos contextos comunicacionales, incluyendo Periodismo, gestión pública, comunicación política, manejo de la reputación corporativa a través de las redes sociales, Marketing y Publicidad.

Cursos optativos*

Diseño de Contenidos Digitales

El curso entrega fundamentos teóricos y prácticos sobre el desarrollo de contenidos para diversas plataformas digitales de distribución. Manteniendo el foco en la innovación, el objetivo es alinear el discurso con las estrategias, objetivos y públicos a los que se quiere llegar, para lo cual se conocerán las características de cada medio, así como los fundamentos de la narración interactiva y el contenido transmedia.

Gestión de Proyectos Digitales

El curso trata sobre la gestión de proyectos aplicados a un contexto digital, tanto desde la exploración y aplicación de metodologías como de los aspectos operacionales de la gestión de recursos económicos, humanos y de sistemas. Considera el desarrollo de una idea innovadora o de la que resulte a partir de la detección de una necesidad y su concreción en redes sociales, medios digitales o en una estrategia de comunicación digital.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.

Cursos optativos*

Marketing Digital y su Aplicación en Comercio Electrónico

Este curso analiza los principales factores productivos e interactivos en las funciones de promoción y difusión de marca y productos en el mundo digital desde el punto de vista del Marketing Online. Ello con el objetivo de integrar los conceptos de marketing digital en la formulación de soluciones de contenido multiplataforma y multiformato, en particular, las relativas a comercio electrónico.

Big Data Orientado a Contenidos

El curso en big data busca comprender las fuentes de generación de datos masivos en las actividades diarias a nivel personal y corporativo para utilizarlos en los procesos de toma de decisiones estratégicas. Se enfoca en entregar herramientas para agregar valor estratégico a datos abundantes, públicos y diversos, para transformarlos en información útil en los procesos de tomas de decisiones estratégicas.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.

Cuerpo académico

Jefe del programa



Daniel Halpern / danielhalper@uc.cl

Doctor en Ciencias de la Comunicación e Información, Rutgers University, Estados Unidos; Máster en Ciencia Política, Pontificia Universidad Católica de Chile; Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile; autor del libro “Gestión de crisis: Teoría y práctica de un modelo comunicacional”; académico de la Facultad de Comunicaciones UC.

Equipo docente



Ariel Contreras

Magíster en Diseño Estratégico (c) Universidad de Valparaíso / Politécnico de Milán. COO y director de Productos de Analitic, empresa especializada en el trabajo con Big Data y Datos Sociales; director de Fundación Ciencia Joven, ONG que tiene el propósito de mejorar la educación científica en Chile.



Álvaro de Venegas

MBA, Rochester Institute of Technology; MSc. en Conducta y Psicología del Consumidor y Máster en Comercio Electrónico e Innovación. Ha sido director de diferentes multinacionales en el ámbito de la innovación, transformación digital y *eCommerce*; además es consultor internacional y profesor de Ingeniería en la UC.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.



Francisco J. Fernández

Doctor en Ciencias de la Información, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), España; Magíster en Comunicación y Educación, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), España; Periodista UC, con experiencia en televisión, radio, prensa y medios digitales; profesor e investigador en Medios Digitales y miembro del Social Communications Lab, SCL, de la Facultad de Comunicaciones UC.



Juan Pedro García

Ingeniero Civil Industrial UC; Master of Science en Comunicaciones Integradas de Marketing, Universidad de Northwestern; socio director de “Edgy”.



Sebastián Goldsack

Doctor © en Comunicaciones UC; profesor e investigador Facultad de Comunicaciones UC; exdecano Facultad de Comunicaciones Universidad del Pacífico.



Claudia Gutiérrez

Máster de Periodismo, Diario El País-Universidad Autónoma de Madrid; postgrado en Periodismo Digital, Universidad Politécnica de Cataluña; Diplomada en Comunicación Visual UC; Periodista UC; consultora en diseño y desarrollo de sitios web; académica de la Facultad de Comunicaciones UC.



Sebastián Valenzuela

Doctor en Comunicaciones, Universidad de Texas, Austin, USA; Máster en Periodismo y Opinión Pública, Universidad de Texas, Austin, USA; Periodista UC; autor de numerosos artículos académicos y capítulos de libros; académico de la Facultad de Comunicaciones UC.

* Información referencial. Pueden producirse cambios.

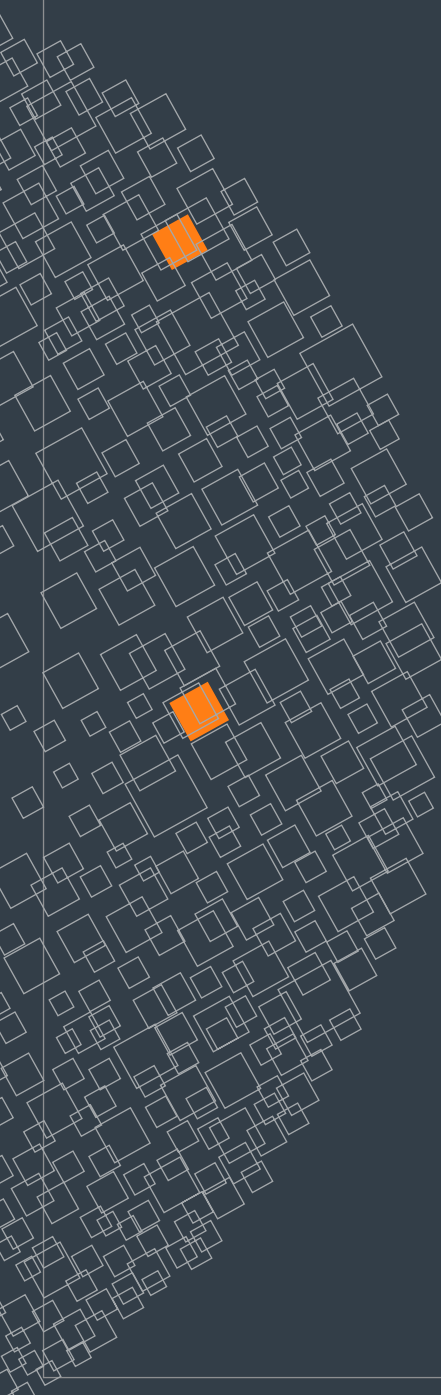


Para postular al programa
debes visitar nuestro sitio web
comunicaciones.uc.cl/diplomados-y-cursos/

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.

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

Vinculación con el medio. HASTA NOV. 2018