POSGRADOS **UDP**

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y/U OPINIÓN PÚBLICA ≫

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LETRAS

udp FACULTAD DE
COMUNICACIÓN Y LETRAS

PRESENTACIÓN

El Magíster en Comunicación tiene como misión formar especialistas en comunicación críticos, autónomos e innovadores, que comprendan el lugar de la comunicación en la sociedad contemporánea y manejen las teorías, conceptos y metodologías más utilizadas para la investigación en el campo a nivel internacional. A través de sus menciones en Opinión Pública y Comunicación Estratégica, el programa busca ofrecer un espacio de especialización según los intereses y proyecciones futuras de los estudiantes con una base sólida de formación en el campo de las comunicaciones.

La mención en Comunicación Estratégica es de corte profesional y forma a los y las estudiantes para que ejerzan el liderazgo de equipos de comunicaciones en organizaciones de distintos tipos y puedan realizar planes de comunicación.

La mención en Opinión Pública permite que las y los estudiantes se aproximen a la investigación en comunicación, con énfasis en temas políticos, abordando asuntos como la conexión entre la comunicación y la participación ciudadana y electoral, la creación de la agenda de los medios y la centralidad de las redes sociales, entre otros.

LÍNEAS DE ESPECIALIZACIÓN

- **COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**
- **OPINIÓN PÚBLICA**

DESTINATARIOS/AS

El Magíster en Comunicación está dirigido a profesionales del área de la comunicación o campos afines, interesados(as) en comprender los procesos comunicativos en un contexto globalizado con énfasis en el funcionamiento de los medios masivos y digitales, el comportamiento de las audiencias y la construcción de opinión pública, que busquen desarrollar habilidades para gestionar la comunicación dentro y desde organizaciones públicas, privadas u ONGs (mención en Comunicación Estratégica) y/o manejar elementos teóricos y metodológicos para desarrollar investigación en el campo de la comunicación (mención en Opinión Pública).

PLAN DE ESTUDIOS

La formación de las y los estudiantes del Magíster en Comunicación se divide en cursos fundamentales, cursos por mención y cursos optativos. Al finalizar el primer semestre del programa el estudiantado debe decidir la mención por la cual optará, la cual comenzará a cursar en el segundo semestre del programa. Los cursos optativos pueden ser seleccionados de entre los cursos de la otra mención u otros programas de postgrado y educación continua de la UDP.

MALLA CURRICULAR

SEMESTRE 1	SEMESTRE 2		SEMESTRE 3		SEMESTRE 4	
Comunicación Estratégica	Investigación Cuantitativa en Comunicación		Audiencias y Uso de Medios		Actividad de Graduación: Plan de Comunicación	Actividad de Graduación: Tesis
Teorías y Conceptos para el Estudio de la Comunicación	Interactividad y Redes Sociales		Gestión de Crisis y Vocerías	Herramientas de Análisis para la Investigación en Comunicación	Optativo 2	
Opinión Pública y Democracia	Plan de Comunicación	Comunicación Política y Campañas Electorales	Relato y Construcción de Marca	Redes Sociales, Política y Participación Ciudadana	Optativo 3	
Industria de Medios y Economía Digital	Estrategias de Comunicación Digital	Diseño y Uso de Instrumentos de Investigación	Liderazgo y Comunicación en la Organización	Optativo 2		
Investigación Cualitativa	Optativo 1	Optativo 1	Vinculación con las Comunidades	Seminario de Tesis		

- Mención Comunicación Estratégica
- Mención Opinión Pública
- Cursos fundamentales

CURSOS FUNDAMENTALES

A través de los cursos fundamentales, las y los estudiantes del Magíster en Comunicación adquirirán conocimientos y habilidades sustentados en los desarrollos más recientes de la investigación en comunicación, que les permitirán analizar fenómenos comunicativos con bases teóricas y metodológicas arraigadas en el campo e integrar estos saberes tanto al quehacer profesional como académico. Las y los estudiantes deben cursar los ocho cursos fundamentales.

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA (MIC6001)

Introduce a los estudiantes en el estudio y la práctica de la comunicación estratégica a través de la presentación de los principales conceptos y modelos teóricos vigentes en la disciplina, así como de las metodologías y herramientas de trabajo. Se discuten estrategias de construcción de reputación corporativa y tácticas para la generación y mantención de la confianza de los stakeholders, con un foco específico en el desarrollo del área en Chile.

OPINIÓN PÚBLICA Y DEMOCRACIA (MIC6002)

Introduce a los estudiantes en el estudio de la Opinión Pública a través del análisis del concepto y su relación con el sistema democrático, además de una revisión crítica de las principales teorías en el área. También aborda el sistema político en Chile, el comportamiento electoral y los cambios que han sufrido las formas de acción de la ciudadanía a raíz de la proliferación de espacios digitales.

TEORÍAS Y CONCEPTOS PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN (MIC6003)

Presenta los conceptos, modelos y teorías más relevantes para el estudio de la comunicación, haciendo un repaso histórico por los modos en que diversas tradiciones han abordado fenómenos como la selección, producción y diseminación de mensajes, los efectos de los medios en las audiencias y la generación de opinión pública, y discutiendo los desafíos que los cambios tecnológicos conllevan para la comunicación social.

INDUSTRIA DE MEDIOS Y ECONOMÍA DIGITAL (MIC60004)

Introduce a los estudiantes en el estudio y la práctica de la comunicación estratégica a través de la presentación de los principales conceptos y modelos teóricos vigentes en la disciplina, así como de las metodologías y herramientas de trabajo. Se discuten estrategias de construcción de reputación corporativa y tácticas para la generación y mantención de la confianza de los stakeholders, con un foco específico en el desarrollo del área en Chile.

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN COMUNICACIÓN (MIC60005)

Entrega herramientas de la metodología cualitativa para el estudio de fenómenos comunicacionales y discute la contribución de este abordaje metodológico a la generación de conocimiento en el campo de la comunicación. El estudiantado desarrolla habilidades para ejecutar entrevistas, grupos de discusión y observación participante, además de análisis cualitativo de textos.

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA EN COMUNICACIÓN (MIC60006)

Entrega las herramientas necesarias para establecer la relación entre la recolección de datos en investigaciones de carácter cuantitativo y las técnicas estadísticas. Se abordan las bases metodológicas de la investigación para posteriormente dar paso al análisis de datos cuantitativos a través de estadísticas descriptivas y bivariadas.

INTERACTIVIDAD Y REDES SOCIALES (MIC60007)

Aborda el uso de las redes sociales y la centralidad que ellas tienen en la comunicación y creación de identidad en la sociedad actual. Los estudiantes se adentrarán en redes consolidadas como Twitter, Facebook, Instragam, Whatsapp y YouTube, así como también las que están fase de despliegue o aquellas consideradas de nicho, como Reddit, Pinterest, TikTok y ClubHouse.

AUDIENCIA Y USO DE MEDIOS (MIC60008)

Este curso aborda la vertiginosa transformación que han vivido las audiencias en las últimas décadas, de entes pasivos a sujetos cada vez más activos que buscan interactuar de forma igualitaria con los emisores de contenidos en un entorno caracterizado por la fragmentación. Este curso pone de relevancia y entrega herramientas para conocer a las audiencias, sus características y necesidades.

MENCIÓN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Las y los egresados de la Mención Comunicación Estratégica tendrán las competencias para liderar la gestión comunicativa de organizaciones públicas, privadas u ONGs, de forma creativa, innovadora y enfocada en el desarrollo de la organización y la contribución de ésta al bien común. Serán capaces de desarrollar planes de comunicación eficaces y eficientes, susceptibles de ser evaluados y atendiendo a las necesidades de la organización y las características del entorno.

PLAN DE COMUNICACIÓN (MIC6009)

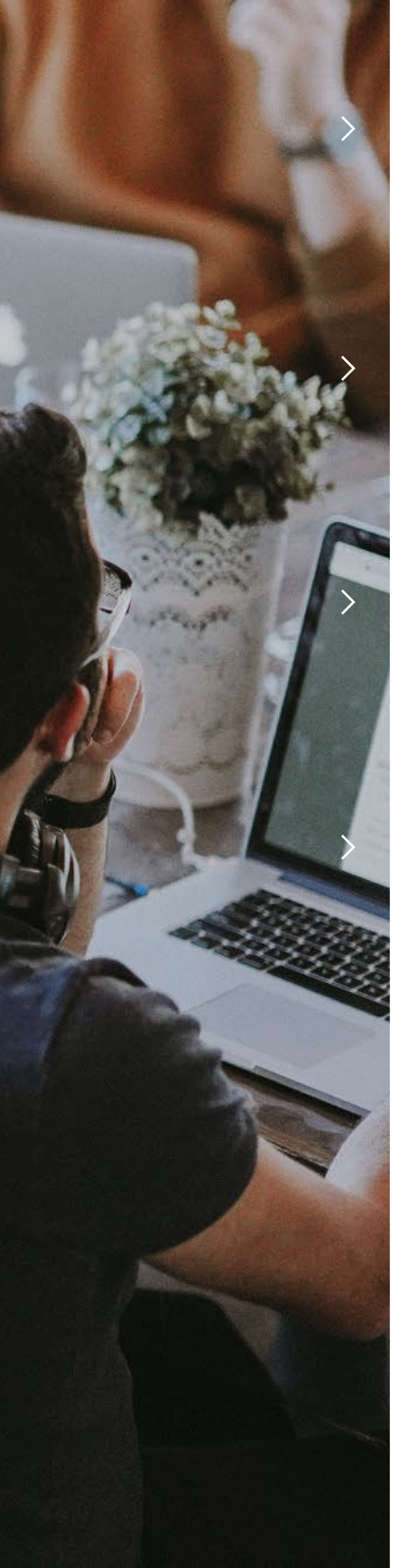
Este curso de carácter práctico entrega a los y las estudiantes un conocimiento integral acerca del rol que cumple la comunicación en el desarrollo y gestión de las organizaciones y en el cumplimiento de sus objetivos corporativos. Además, desarrollan habilidades para crear un plan de comunicación estratégica con foco en las necesidades de la organización, pero incorporando una mirada global de su entorno.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL (MIC6010)

A través de este curso de carácter práctico, los y las estudiantes adquirirán herramientas para el desarrollo de un plan de comunicación digital para organizaciones de diversa índole. El foco de este curso está puesto en la producción y distribución de contenidos a través de canales digitales y en la identificación de las métricas que permitan evaluar el éxito de las iniciativas.

GESTIÓN DE CRISIS Y VOCERÍA (MIC6011)

Conjuga la teoría y la práctica de la comunicación de crisis para preparar a los y las estudiantes en el abordaje de crisis organizacionales de diversa naturaleza. A través de casos concretos, se discutirá acerca de la naturaleza de la crisis, la preparación previa a ésta y las mejores maneras de hacer frente a estos eventos, incluyendo recomendaciones para realizar vocerías.



LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN (MIC6012)

Este curso se centra en la comunicación interna de las organizaciones y la presenta como una herramienta poderosa, capaz de generar sentido de pertenencia y configurar el liderazgo, así como un elemento clave para alinear estratégicamente los objetivos de negocios con los de quienes trabajan en una organización.

RELATO Y CONSTRUCCIÓN DE MARCA (MIC6013)

Este curso propone que las marcas son un activo estratégico para las organizaciones y un componente central de su estrategia comunicacional. Un lugar destacado en el curso ocupa la capacidad de desarrollar relatos, o storytelling, para construir, mantener y desarrollar la reputación de las organizaciones.

VINCULACIÓN CON LAS COMUNIDADES (MIC 6014)

A través de este curso los y las estudiantes comprenden la relevancia del vínculo entre organizaciones y su entorno, incluyendo en éste a las comunidades, autoridades y otros actores. Además, desarrollan la habilidad de crear una estrategia de relacionamiento con este entorno que asuma las complejidades y la naturaleza multifacética de la relación.

ACTIVIDAD DE GRADUACIÓN MENCIÓN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA (MIC6015)

En este curso los estudiantes de la mención en Comunicación Estratégica desarrollan un plan de comunicación de acuerdo con los requerimientos de una organización que actuará como cliente, pueden trabajar en duplas o de forma individual y serán acompañados a lo largo del semestre por un profesor(a) guía.

MENCIÓN OPINIÓN PÚBLICA

Las y los egresados de la Mención Opinión Pública tendrán una amplia comprensión de los medios, la construcción de la opinión pública y la agenda noticiosa. Contarán con la formación metodológica para diseñar y llevar a cabo investigaciones de carácter disciplinar y aplicado sobre fenómenos contingentes en el campo, que contribuyan al conocimiento de los medios tradicionales, digitales y redes sociales, su funcionamiento y relación con las audiencias, así como su rol y alcances en la formación de opinión pública.

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CAMPAÑAS ELECTORALES (MIC6016)

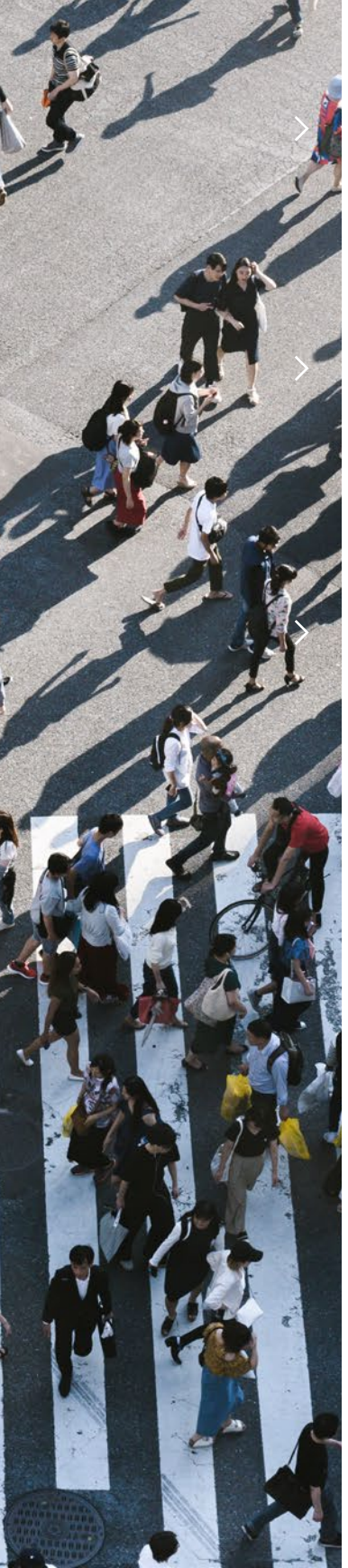
Este curso analiza las principales líneas teóricas de la comunicación política considerando tanto el diseño de estrategias para la comunicación de políticas públicas como el vínculo entre campañas políticas y comportamiento electoral.

DISEÑO Y USO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN (MIC6017)

A través de este curso los y las estudiantes desarrollan la capacidad de crear cuestionarios de encuestas y libros de códigos para análisis de contenido que respondan a una problematización y un diseño de investigación cuantitativa, con el fin de realizar estudios empíricos originales de tipo básico o aplicado.

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS PARA LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN (MIC6018)

En este curso los y las estudiantes aprenden a utilizar técnicas estadísticas de análisis bivariado y multivariado para poner a prueba hipótesis explicativas, incluyendo modelos de regresión múltiple lineal y logístico. Los datos que se analizan provienen predominantemente de estudios de opinión pública y encuestas electorales.



REDES SOCIALES, POLÍTICA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA (MIC6019)

Este curso se enfoca en entender cómo los medios, tanto tradicionales como digitales, inciden en o reflejan el involucramiento de la ciudadanía en causas de interés público. El curso problematiza la participación política, cívica y electoral, ahonda en sus determinantes y las relaciona con el uso de medios de diversa naturaleza.

SEMINARIO DE TESIS (MIC6020)

En este curso de carácter práctico, los estudiantes de la mención Opinión Pública desarrollan y ponen en práctica sus habilidades investigativas en con el objetivo de preparar el proyecto de investigación que desarrollarán como tesis. Serán capaces de proponer un problema de investigación y una revisión de la literatura sobre el tema, además de una propuesta metodológica para llevar a cabo el estudio.

ACTIVIDAD DE GRADUACIÓN MENCIÓN OPINIÓN PÚBLICA (MIC6021)

En este curso los estudiantes de la mención en Opinión Pública trabajan individualmente con la guía de un profesor(a) del programa en su tesis de grado. La tesis corresponde a una investigación empírica a partir de un problema de investigación alineado con las líneas investigativas del programa y de la Facultad que realice una contribución al conocimiento en el campo de la comunicación y se presentará en el formato de un paper académico.

DOCUMENTOS PARA LA POSTULACIÓN

- FOTOCOPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD
- CURRÍCULO VITAE
- COPIAS DE GRADOS ACADÉMICOS Y/O TÍTULOS PROFESIONALES
- CARTA DE INTENCIONES DIRIGIDA AL COMITE ACADÉMICO DEL MAGISTER EN COMUNICACIÓN

POSGRADOS **UDP**

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LETRAS

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y/U OPINIÓN PÚBLICA ›››

udp FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LETRAS

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile 4 años
Magíster en Comunicación, mención en Comunicación Estratégica y/u Opinión Pública.
ACREDITADO
Organismo acreditador: **Comisión Nacional de Acreditación.**
Desde septiembre del 2020 hasta septiembre del 2024.
Universidad Diego Portales. Institución acreditada por 5 años.

40 AÑOS udp