

Magíster en Comunicación y Cambio Social

Descripción de asignaturas

Primer semestre

Gestión de la Comunicación Estratégica

5 créditos

Actividad teórico-práctico en que los estudiantes obtendrán los conocimientos necesarios para entender la comunicación estratégica como un proceso transversal y colaborativo en la organización. Para ello tendrán que identificar las necesidades de la organización y su entorno, establecer estrategias de relacionamiento y definir tanto los mensajes como los canales de comunicación que utilizarán con los públicos estratégicos. Todo lo anterior plasmado en un plan de comunicaciones integral.

Imagen y Visualidad Aplicada

5 créditos

Actividad que aborda la producción de imágenes contemporáneas con el propósito de contribuir activa y reflexivamente a la comprensión de la representación visual de nuestro tiempo y su vínculo con la construcción de imaginarios sociales.

Técnicas y Estrategia de Investigación Social

6 créditos

Actividad curricular de tipo teórica- instrumental que entrega al estudiante una visión panorámica de las metodologías de la investigación en el área de las ciencias sociales y la comunicación. Presenta y describe métodos, técnicas y fuentes. Examina las diferentes modalidades, técnicas y soportes de la investigación en el campo social y comunicativo actual, introduciendo los contenidos generales de las técnicas y enfoques teóricos contemporáneos en el área y entregando las normas formales para su correcta implementación. A su vez, tiene como propósito el aprendizaje de la formulación de un proyecto de investigación y su aplicación en la tesis de grado.

Optativo I

4 créditos

Segundo semestre

Gestión del Cambio Social

6 créditos

Actividad orientada a entregar perspectivas de la psicología, sociología, la programación neurolingüística, la comunicación efectiva, el coaching y el pensamiento sistémico con una mirada integradora para la comprensión del comportamiento humano al interior de las organizaciones, orientadas a la adecuada gestión del cambio de las conductas organizacionales, en la aplicación de nuevas técnicas o herramientas de gestión.

Relato Mediático y Redes Sociales

4 créditos

Asignatura teórico-instrumental que entrega al estudiante las bases para la comprensión de la configuración del discurso mediático multiplataforma y, por cierto, en redes virtuales de última generación. En este sentido, se busca la aplicación de estrategias discursivas para generar relatos informativos, de posicionamiento institucional o frente a crisis e invisibilidades en el contexto de los relatos mediales y la agenda pública. Además, en complemento con lo anterior, se aborda el

ucsc.cl