

**FUNDACIÓN INSTITUTO PROFESIONAL DUOC UC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
RESOLUCIÓN N° 31/2024**

APRUEBA DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

VISTOS:

- 1°. El proyecto presentado por el Director de la Escuela de Comunicación de Duoc UC.
- 2°. Lo previsto en el Instructivo para la Creación y Dictación de Diplomados, aprobado por Resolución de Vicerrectoría Académica N°04/2001, del 26 de abril de 2001.
- 3°. Las facultades previstas en el artículo 6° del Reglamento General.

RESUELVO:

Aprobar y tener como versión oficial y de aplicación general, el “Diplomado en Comunicación Estratégica”, cuyo texto se adjunta a continuación de esta resolución.

Comuníquese, regístrese y publíquese.

Santiago, julio 15 de 2024.

j

ALEJANDRA SILVA LAFOURCADE
DIRECTORA GENERAL DE DESARROLLO
ESTUDIANTIL Y EDUCACIÓN CONTÍNUA

KIYOSHI FUKUSHI MANDIOLA
VICERRECTOR ACADÉMICO

/jmd

PRESENTACIÓN DE DIPLOMADO

Señor:
Kiyoshi Fukushi M.
Vicerrector Académico
Duoc UC

Matías Bosshardt O., Director de la Escuela de Comunicación, presenta a la Vicerrectoría Académica, el **“Diplomado en Comunicación Estratégica”**, para formar parte de la oferta de eClass en su alianza con Educación Continua de Duoc UC.

Agradeceré revisar y emitir la resolución correspondiente para poder ofertar dicho programa.



Matías Bosshardt O.
Director de la Escuela de Comunicación
Duoc UC

DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

RESUMEN:

Diplomado de oferta abierta desarrollado por la Escuela de Comunicación en nuestra alianza con eClass.

En el contexto actual, las organizaciones se enfrentan a un entorno dinámico y desafiante, caracterizado por cambios constantes, incertidumbre y una creciente complejidad. Los avances tecnológicos, la globalización, las crisis económicas y sociales, así como la rápida difusión de información a través de diversos canales, han transformado el panorama empresarial y organizativo de manera significativa.

En este escenario, la comunicación estratégica se convierte en un elemento fundamental para el éxito y la supervivencia de las organizaciones. La capacidad de establecer relaciones sólidas y significativas con sus distintos públicos, tanto internos como externos, se vuelve crucial para construir y mantener la reputación, la confianza y el compromiso.

Además, la era digital ha ampliado el alcance y la velocidad de la comunicación, lo que requiere que las organizaciones sean ágiles y proactivas en la gestión de la información y la respuesta a las demandas.

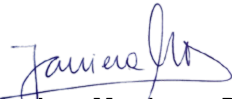
Por tanto, un diplomado en comunicación estratégica se vuelve indispensable en este contexto, ya que proporciona a los profesionales las habilidades, herramientas y conocimientos necesarios para diseñar e implementar estrategias de comunicación que permitan enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en un entorno cambiante y competitivo.

El diplomado tiene una duración de 256 horas cronológicas, en modalidad e-learning asincrónica.

Para obtener el diplomado, los participantes deberán aprobar los cuatro cursos según la siguiente ponderación:

Nombre Módulos	Horas	% de la nota final de diplomado
Herramientas de análisis para la Evaluación de Proyectos	64	25%
Comunicación estratégica	64	25%
Dimensiones de la comunicación corporativa y cultura organizacional	64	25%
Marketing digital y redes sociales	64	25%
Gestión de crisis	256	100%

El diplomado está dirigido a ejecutivos, gerentes, analistas del mundo público y privado, que buscan generar habilidades directivas en el manejo de las comunicaciones y en la relación con el entorno. El programa está diseñado para adecuarse a profesionales de diversas áreas, como ingenieros comerciales, periodistas, relacionadores públicos, sociólogos, psicólogos, científicos políticos y publicistas, entre otros.



Javiera Munizaga D.

Subdirectora de Diseño de Programas Académicos
de Educación Continua

RESUMEN DIPLOMADO	Versión: 1
Diseño de Programas Académicos	Página 2 de 2

FICHA ÚNICA DE CREACIÓN DE DIPLOMADOS PNCT

1. NOMBRE DEL DIPLOMADO

Comunicación Estratégica

2. TOTAL DE HORAS

2 5 6

VACANTES

1

3. POBLACIÓN OBJETIVO

El Diplomado en Comunicación Estratégica está dirigido a ejecutivos, gerentes, analistas del mundo público y privado, que buscan generar habilidades directivas en el manejo de las comunicaciones y en la relación con el entorno. El programa está diseñado para adecuarse a profesionales de diversas áreas, como ingenieros comerciales, periodistas, relacionadores públicos, sociólogos, psicólogos, cientistas políticos y publicistas, entre otros.

4. REQUISITOS DE INGRESO

Conocimientos del uso de internet, correo electrónico y acceso a un computador con características básicas.

5. JUSTIFICACIÓN DE CREACIÓN

El Diplomado en Comunicación Estratégica busca entregar una comprensión integral, basada en la generación de vínculos entre las organizaciones y sus públicos relevantes, contextualizado en un entorno que se ha vuelto cada vez más volátil, incierto y complejo. Para lograr esto, se requiere de profesionales capaces de diseñar e implementar estrategias que entreguen una comprensión acabada del entorno, sepan desarrollar análisis basados en datos e identificar y jerarquizar situaciones de riesgo que permitan anticipar escenarios.

6. OBJETIVO GENERAL/ IDENTIFICACIÓN PERFIL DE SALIDA

A través de los contenidos del diplomado, las y los participantes obtendrán conocimientos sobre las comunicaciones de crisis y aprenderán estrategias efectivas para afrontar los desafíos de comunicación en el dinámico entorno organizacional actual. Por último, abordarán algunas temáticas emergentes propias de contextos sociales más amplios como los desafíos éticos de la comunicación estratégica o su relación con la inteligencia artificial.

7. UNIDAD ACADÉMICA

Comunicación

8. FECHA

abr-24

9. REQUISITOS DE OBTENCIÓN

Para aprobar el diplomado se deben aprobar los cuatro cursos que lo componen, en cada curso se debe obtener una nota promedio final sobre 4,0 y todas las evaluaciones deben estar rendidas (controles y

9.2 - La distribución de la nota final de aprobación del diplomado se desglosa de la siguiente manera:

Nombre Curso	Horas	% de la nota final de Diplomado
Comunicación Estratégica	64	25%
Dimensiones de la comunicación corporativa y cultura organizacional	64	25%
Marketing digital y redes sociales	64	25%
Gestión de Crisis	64	25%
Total	256	100%

Nota final (en caso que el Diplomado contemple una actividad evaluativa final)

El porcentaje asignado al curso y actividad evaluativa final debe ser establecido por la Unidad Académica

Porcentaje Asignado al curso	Porcentaje Asignado a la Actividad Evaluativa
100%	

10. MODALIDAD DE IMPARTICIÓN

	Modalidad
Presencial	
Semipresencial	
E-learning asincrónico	X

11. ARTICULACIÓN

	Tipo de Oferta	Sigla/Código y Nombre
Programa Regular		
Programa Educación Continua		

Ficha Programa No Conducente a Título (PNCT)

Nombre del curso	Vacantes	Horas totales	Modalidad factible
Comunicación Estratégica	1	64	e-learning/Asincrónico

Identificación
Código SENCE
Código curso DuocUC

Unidad académica	Subdirector(a) de Escuela	Fecha de elaboración
Comunicación	Rafael Cansado	Abril 2024

Nombre experto(a) disciplinar	Nombre diseñador(a) curricular	Nombre diseñador(a) instruccional	Nombre Par evaluador
Sebastián Urrutia	Sebastián Urrutia	Mariana González	

Aporte de valor del programa (no SENCE)
<p>Los canales tradicionales de comunicación han perdido eficacia para navegar en los desafíos y oportunidades que emergen de un mundo que se ha vuelto crecientemente volátil, incierto y complejo. Para operar de manera eficaz y exitosa, las organizaciones deben repensar cómo se comunican y construyen relaciones auténticas con sus audiencias.</p> <p>Este curso busca entregar habilidades y herramientas analíticas orientadas a desarrollar vínculos entre la organización y el conjunto de sus públicos relevantes, con el objetivo de generar valor en un entorno crecientemente volátil, incierto y complejo. El alumno podrá explorar algunos dilemas éticos y los beneficios de crear conexiones auténticas con audiencias y ser capaces de influir de manera efectiva. Asimismo, podrá identificar el rol de las comunicaciones dentro de una organización, tener una mirada crítica y constructiva de qué se puede esperar de éstas en cuanto a resultados, y cómo diseñar, organizar y evaluar una estrategia que pueda ser transformada en un plan estructurado de acción.</p>

Caracterización del Participantes
<ul style="list-style-type: none"> El curso está dirigido a profesionales, analistas y especialistas que se desempeñen en áreas de marketing y comunicaciones. Emprendedores y gerentes de empresa que quieran comprender el impacto, los desafíos, riesgos y beneficios de desarrollar estrategias de comunicación que agreguen valor diferenciador a la organización en la cual se desempeñan.

- Profesión: Ingeniero(a) Comercial, publicista, periodista, relacionadores públicos, psicólogo, sociólogo y técnicos-profesionales de carreras afines.

Requisitos de ingresos participantes

- Conocimientos del uso de internet y del correo electrónico.
- Tener acceso a un computador con las características descritas más abajo, para acceder al sitio web y materiales del curso.
- Los requerimientos de equipamiento del participante son:
 - Cualquier computador con cualquier acceso a internet, habilitado con sistema operativo Windows, Osx 9.0 S
 - Superior o Linux.
 - El software mínimo necesario del computador debe ser un explorador de internet con Javascript Habilitado, Microsoft Office 5 o superior, Acrobat Reader, Y Flash Player 8.0 o superior.
- Las características recomendadas de equipamiento son:
 - Un equipo con un procesador Pentium IV o superior, con 512 MB de memoria RAM, o con características similares.
 - Se recomienda que el sistema operativo Windows sea como mínimo 7 o superior.
 - Se recomienda utilizar una resolución de pantalla de un mínimo de 1024 X 768 pixeles a 16 millones de colores o superior, aunque la página web es posible de verse en todas las pantallas.
 - Se recomienda que el explorador de internet sea uno de los siguientes: Internet Explorer 8.0 ó superior, Firefox versión 4.7 o superior, Safari 8.0 o superior, Chrome 50 o superior.

Competencia a desarrollar / Objetivo General

Aplicar herramientas de comunicación estratégica en contextos empresariales.

Unidades	Objetivo Específico	Contenidos	Horas		
			T	P (60 %)	E
UNIDAD 1	Reconocer el impacto de la comunicación estratégica en contextos empresariales.	Unidad 1: Comunicación estratégica para tiempos inciertos. <ul style="list-style-type: none"> • El valor de las comunicaciones en tiempos inciertos. 			10

		<ul style="list-style-type: none"> • El poder de las comunicaciones para generar significado e impacto en audiencias y públicos relevantes. • El impacto de un entorno cambiante en las estrategias de comunicación organizacional. 			
UNIDAD 2	Identificar estrategias de comunicación en las organizaciones.	Unidad 2: Comprendiendo las estrategias de comunicación. <ul style="list-style-type: none"> • La estrategia de la organización y la de comunicaciones. • Las estrategias de comunicación y sus componentes tácticos. • Evaluación de estrategias de comunicación. 			10
UNIDAD 3	Reconocer desafíos éticos de la comunicación estratégica en organizaciones.	Unidad 3: Desafíos éticos de la comunicación estratégica. <ul style="list-style-type: none"> • Desafíos éticos que surgen para las organizaciones en contextos inciertos. • Modelos éticos para orientar la toma de decisiones frente a dilemas que emergen en contextos inciertos. • Casos de organizaciones han tenido que navegar por dilemas éticos y cómo lo han abordado desde las comunicaciones. 			10
UNIDAD 4	identificar la relación de las audiencias y grupos relevantes en contextos empresariales.	Unidad 4: Relación con las audiencias y los grupos relevantes. <ul style="list-style-type: none"> • La importancia de crear significado para construir relaciones con audiencias. • Comprender sus valoraciones e intereses. • Reconocer desafíos y riesgos potenciales. 			10
UNIDAD 5	Aplicar herramientas narrativas en la comunicación estratégica considerando contextos organizacionales.	Unidad 5: Narrativas para la comunicación estratégica. <ul style="list-style-type: none"> • Generar significados relevantes. • La articulación de características claves, elementos y estructura para la 			10

		formulación de una narrativa estratégica <ul style="list-style-type: none"> • Implementar las narrativas. 			
UNIDAD 6	Aplicar herramientas de inteligencia artificial en la comunicación estratégica organizacional.	Unidad 6: Optimización de la comunicación estratégica a través de la inteligencia artificial. <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades, riesgos y desafíos de la inteligencia artificial. • Análisis y gestión de datos. • Automatización de datos y contenidos. 			10
Unidad Seminario	Aplicar herramientas de comunicación estratégica en contextos empresariales.	- Examen final de desarrollo.			4

Estrategias Metodológicas para la Implementación del Curso

El facilitador debe considerar la combinación de distintos tipos de técnicas didácticas que propicien la participación del estudiante, desafiando sus capacidades de búsqueda de posibles soluciones; evaluar implicancias de sus acciones frente a una determinada tarea; incentivar el trabajo creativo; además de promover el trabajo práctico y colaborativo entre estudiantes.

Para este proceso formativo, es importante que el docente/facilitador genere un ambiente de aprendizaje en que el participante sea capaz de reconocer sus conocimientos previos y experiencias con el objetivo de propiciar el logro de aprendizajes significativos que permitan fortalecer sus competencias. Por lo tanto, las estrategias de enseñanza que el docente utilizará contemplarán fases expositivas-participativas con el uso de distintos tipos de materiales de apoyo (presentaciones power point, videos, recursos de información, etc.) que promuevan la interacción entre participantes. En cuanto a las fases prácticas, el docente utilizará distintos tipos de técnicas didácticas con el objetivo de promover instancias tanto trabajo grupal como individual, ya sea a través, análisis de caso, Aprendizaje basado en proyectos por medio de un aprendizaje colaborativo, debates, entre otras.

Proceso de aprendizaje: Se realizará mediante la lectura, interacción y estudio de todo el material de las unidades, cada unidad está compuesta por artículos, material de profundización, actividades aplicadas y una evaluación sumativa. Al final de cada artículo los alumnos pueden participar en un foro asíncrono mediado por el experto relator en el que pueden hacer consultas sobre el contenido del material y compartir experiencias.

Evaluaciones online: Controles sumativos en línea obligatorios en cada unidad y que deberán ser respondidos en forma obligatoria para avanzar en el curso. Son corregidos en línea y el participante recibe, inmediatamente, junto con los resultados de la evaluación, la pauta de respuesta. Esto sólo se hace visible, luego de respondido el control completo.

Aspectos motivacionales: Los participantes interactúan entre ellos y con el tutor y experto relator en forma constante, a través de respuestas a las preguntas de los foros, analizando y compartiendo respuestas respecto de las actividades aplicadas y aprendizaje basado en problemas.

Uso de los medios: Los participantes cuentan con el apoyo de medios didácticos como imágenes e infografías, documentos descargables en PDF; y audiovisuales como vídeos, audios, multimedias interactivas.

Apoyo o tutoría: Los alumnos cuentan con la posibilidad de hacer preguntas de contenido o administrativas directamente al experto relator o al tutor, ya sea a través de la pestaña “Preguntas”, o directamente en el foro habilitado al final de cada artículo. Ambos tienen un máximo de 48 horas para responder. El tutor hará el seguimiento del avance de los participantes, motivándolos a continuar. Además les informa plazos y actividades a realizar. Esto puede ser a través de la plataforma, mediante la pestaña “Avisos”, o a través de mails o llamados telefónicos.

Estrategias Evaluativas del Curso		
<u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>NORMAS DE APROBACIÓN</u>
Reconoce el impacto de la comunicación estratégica en contextos empresariales.	1. Evaluación diagnóstica inicial que medirá el nivel de conocimiento previo.	Cada evaluación sumativa debe ser respondida al término del estudio de cada unidad para poder avanzar a la siguiente. El promedio de las evaluaciones sumativas debe ser una nota igual o superior a la definida como requisito de aprobación. El examen final, en tanto, debe ser aprobado con la nota mínima exigida para aprobar el curso. El alumno aprobará cuando su promedio final sea $> \text{ ó } = 4.0$. eClass mantendrá una base de datos que registrará los avances del participante en el proceso de auto aprendizaje; habrá un registro de las notas obtenidas en cada evaluación. Las preguntas aplicadas se evalúan con criterio de participación: nota máxima si participa, reprobatoria si no lo hace.
Identifica estrategias de comunicación en las organizaciones.	2. Cada unidad tendrá una evaluación sumativa, con preguntas de alternativas con retroalimentación automatizada.	
Reconoce desafíos éticos de la comunicación estratégica en organizaciones.	3. Al final del curso habrá un examen final. Este examen también tendrá una pauta de evaluación automatizada; la evaluación consistirá en el análisis de un caso de aplicación con alternativas en texto libre.	
Identifica la relación de las audiencias y grupos relevantes en contextos empresariales.		
Aplica herramientas narrativas en la comunicación estratégica considerando contextos organizacionales.	4. En cada unidad habrá actividades de aplicación por medio de casos y de preguntas de conocimiento, actividad formativa donde los alumnos responderán aplicando los contenidos adquiridos y que será retroalimentada por el experto relator del curso, es un	
Aplica herramientas de inteligencia artificial en a		

comunicación estratégica organizacional.	instrumento de interacción con la plataforma, comunicación con el resto de los alumnos y aplicación de contenidos.	
--	--	--

Requisito de aprobación	
Modalidad a distancia - Asincrónico	Promedio final sobre 4,0 Todas las evaluaciones deben estar rendidas (controles y examen)

Recursos Para la implementación del Curso					
INFRAESTRUCTURA	INDICAR SEDE	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS		MATERIAL DIDÁCTICO	
(características de la infraestructura requerida para la ejecución del curso)	(dónde se impartirá el curso)*anexo ficha de costos	(indicar cantidad)	(tipo de equipo y/o herramienta para la implementación del curso)*indicar duración de licencias o equipamientos.	(indicar cantidad)	(indicar el material que se requiere para la implementación del curso)
Plataforma LCMS de desarrollo propietario con soporte para usuarios de múltiples niveles, cursos, programas, objetos de aprendizaje, evaluaciones, interacciones entre los alumnos, entre otros. La Plataforma permite integración e interoperación con otros sistemas vía API y/o URL y tiene la posibilidad de hacer seguimiento de las		15 4 10	Servidor Computadores Soporte técnico y hosting: Clúster de servidores de última generación alojados en 2 datacenter con FailOver manual.	1 1 1	El curso estará disponible en http://cursos.eclass.com/ . Seleccionar la opción RUT en TIPO DE DOCUMENTO. La guía de uso de la plataforma se encuentra en Http://cursos.eclass.com , en la pestaña Información correspondiente al curso. Inducción tecnológica/metodológica, estará disponible en http://cursos.eclass.com

<p>actividades a través del sistema xAPI.</p> <p>Plataforma funciona sobre una arquitectura de servidores clusterizados en 2 sitios con tiempo de levantamiento en caso de caídas máximo en 1 hora. Up-time anual de 99.5%, respaldos diarios de la base de datos y sistema de archivos en site primario, site secundario y en sistemas de storage sobre la nube. En la arquitectura actual la plataforma soporta 100.000 alumnos estudiando simultáneamente, asumiendo una concurrencia de conexiones de 1%. La arquitectura es monitoreada 24x7 tanto por servicios en sitio, como por software de auditoría.</p>				<p>6</p> <p>6</p> <p>6</p>	<p>Unidades publicadas en el sitio Http://cursos.eclass.com/. Están escritas en lenguaje claro y contienen gráfica para facilitar la comprensión por parte de los alumnos.</p> <p>Actividades de aplicación publicadas en el sitio http://cursos.eclass.com/</p> <p>Resumen y glosario de contenido publicados en el sitio Http://Cursos.Eclass.Com/</p>
---	--	--	--	----------------------------	--

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Escuela)
Máximo dos años

Articulación *Sección a completar por Subdirector(a)		Código/Sigla/Nombre Certificado
Programa Regular o EDC	Escuela	

Diplomado:	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
Comunicación Estratégica	Dimensiones de la comunicación corporativa y cultura organizacional
	Marketing Digital y Redes Sociales
	Gestión de Crisis

RECURSOS DOCENTES: PERFIL DESARROLLADOR	
PROFESIÓN	Periodismo, Relaciones Públicas
AÑOS DE EXPERIENCIA	10 años en adelante
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, comunicación corporativa y gestión de crisis. Experiencia práctica en planes comunicacionales, gestión de crisis y asesorías en empresas. Buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas
OBSERVACIONES	

RECURSOS DOCENTE: PERFIL RELATOR	
PROFESIÓN	Periodismo, Relaciones Públicas
AÑOS DE EXPERIENCIA	7 años en adelante
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, comunicación corporativa y gestión de crisis. Experiencia práctica en planes comunicacionales, gestión de crisis y asesorías en empresas. Experiencia docente, buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas
OBSERVACIONES	

Ficha Programa No Conducente a Título (PNCT)

Nombre del curso	Vacantes	Horas totales	Modalidad factible
Dimensiones de la comunicación corporativa y cultura organizacional	1	64	e-learning/Asincrónico

Identificación
Código SENCE
Código curso DuocUC

Unidad académica	Subdirector(a) de Escuela	Fecha de elaboración
Comunicación	Rafael Cansado	Mayo 2024

Nombre experto(a) disciplinar	Nombre diseñador(a) curricular	Nombre diseñador(a) instruccional	Nombre Par evaluador
Sebastián Urrutia	Sebastián Urrutia	Joaquín Salinas	

Aporte de valor del programa (no SENCE)
<p>El curso está diseñado para proporcionar a las y los participantes una comprensión integral de la función de comunicaciones dentro de una organización. La gestión de los activos y recursos intangibles, tales como la marca, la comunicación, la reputación y los asuntos públicos, se han convertido en la mayor oportunidad de creación y protección de valor para cualquier organización. Por ello, es importante establecer una comunicación coherente y consistente que permita alinear todo lo que se hace con lo que se dice en la organización.</p> <p>Los temas centrales en este curso serán la estrategia de comunicación al servicio de los objetivos generales de la organización, el rol de las comunicaciones externas y los medios de comunicación, la reputación corporativa, los asuntos públicos, la comunicación interna y su contribución como habilitador de la cultura organizacional.</p>

Caracterización del Participantes
<p>El curso está dirigido a profesionales del área de comunicaciones y/o de gestión de personas de diversas organizaciones; profesionales que se desempeñan en campañas de comunicación interna; profesionales del área del periodismo, psicología, recursos humanos, relaciones públicas, marketing, publicidad u otras vinculadas al ámbito de comunicación interna.</p>

Requisitos de ingresos participantes
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos del uso de internet y del correo electrónico.

- Tener acceso a un computador con las características descritas más abajo, para acceder al sitio web y materiales del curso.
- Los requerimientos de equipamiento del participante son:
 - Cualquier computador con cualquier acceso a internet, habilitado con sistema operativo Windows, Osx 9.0 S
 - Superior o Linux.
 - El software mínimo necesario del computador debe ser un explorador de internet con Javascript Habilitado, Microsoft Office 5 o superior, Acrobat Reader, Y Flash Player 8.0 o superior.
- Las características recomendadas de equipamiento son:
 - Un equipo con un procesador Pentium IV o superior, con 512 MB de memoria RAM, o con características similares.
 - Se recomienda que el sistema operativo Windows sea como mínimo 7 o superior.
 - Se recomienda utilizar una resolución de pantalla de un mínimo de 1024 X 768 pixeles a 16 millones de colores o superior, aunque la página web es posible de verse en todas las pantallas.
 - Se recomienda que el explorador de internet sea uno de los siguientes: Internet Explorer 8.0 ó superior, Firefox versión 4.7 o superior, Safari 8.0 o superior, Chrome 50 o superior.

Competencia a desarrollar / Objetivo General

Aplicar estrategias de comunicación corporativa y cultura organizacional.

Unidades	Objetivo Específico	Contenidos	Horas		
			T	P (60 %)	E
UNIDAD 1	Reconocer elementos claves de la comunicación corporativa.	Unidad 1: Introducción a la comunicación corporativa <ul style="list-style-type: none"> • Descripción general de la función de comunicación corporativa • Importancia de la comunicación efectiva en la organización • Rol de la comunicación corporativa en el cumplimiento de los objetivos organizacionales • Construcción de una estrategia de comunicación corporativa 			1 0

UNIDAD 2	Identificar componentes de la comunicación externa y las relaciones públicas en contextos corporativos.	Unidad 2: La comunicación externa y las relaciones públicas <ul style="list-style-type: none"> • Relacionamiento con medios de comunicación y gestión de prensa • Relacionamiento con grupos de interés • Relacionamiento con líderes de opinión 		1 0
UNIDAD 3	Distinguir factores orientados a la gestión de la reputación corporativa.	Unidad 3: La gestión de la reputación corporativa <ul style="list-style-type: none"> • Definición y construcción de reputación • Metodología de medición y gestión • Indicadores y reportes de gestión 		1 0
UNIDAD 4	Identificar aspectos claves en la gestión de asuntos públicos en contextos organizacionales.	Unidad 4: La gestión de los asuntos públicos <ul style="list-style-type: none"> • Definición de asuntos públicos y su importancia para los objetivos organizacionales • Monitoreo sectorial y legislativo • Participación en instancias gremiales • Relacionamiento con autoridades 		1 0
UNIDAD 5	Aplicar estrategias de gestión en la comunicación interna organizacional.	Unidad 5: La gestión de la comunicación interna <ul style="list-style-type: none"> • Definición e importancia de la comunicación interna para los objetivos organizacionales • Identificación y segmentación de públicos internos • Desarrollo de contenidos y del ecosistema de medios • Medir eficacia de los canales y plataformas utilizados 		1 0
UNIDAD 6	Aplicar enfoque de comunicación al servicio de la cultura organizacional.	Unidad 6: Comunicación al servicio de la cultura organizacional <ul style="list-style-type: none"> • Integración social y pertenencia 		1 0

		<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de una narrativa coherente • Proyección de actitudes y conducta 			
Unidad Seminario	Aplicar estrategias de comunicación corporativa y cultura organizacional.	- Examen final de desarrollo.			4

Estrategias Metodológicas para la Implementación del Curso

El facilitador debe considerar la combinación de distintos tipos de técnicas didácticas que propicien la participación del estudiante, desafiando sus capacidades de búsqueda de posibles soluciones; evaluar implicancias de sus acciones frente a una determinada tarea; incentivar el trabajo creativo; además de promover el trabajo práctico y colaborativo entre estudiantes.

Para este proceso formativo, es importante que el docente/facilitador genere un ambiente de aprendizaje en que el participante sea capaz de reconocer sus conocimientos previos y experiencias con el objetivo de propiciar el logro de aprendizajes significativos que permitan fortalecer sus competencias. Por lo tanto, las estrategias de enseñanza que el docente utilizará contemplarán fases expositivas-participativas con el uso de distintos tipos de materiales de apoyo (presentaciones power point, videos, recursos de información, etc.) que promuevan la interacción entre participantes. En cuanto a las fases prácticas, el docente utilizará distintos tipos de técnicas didácticas con el objetivo de promover instancias tanto trabajo grupal como individual, ya sea a través, análisis de caso, Aprendizaje basado en proyectos por medio de un aprendizaje colaborativo, debates, entre otras.

Proceso de aprendizaje: Se realizará mediante la lectura, interacción y estudio de todo el material de las unidades, cada unidad está compuesta por artículos, material de profundización, actividades aplicadas y una evaluación sumativa. Al final de cada artículo los alumnos pueden participar en un foro asíncrono mediado por el experto relator en el que pueden hacer consultas sobre el contenido del material y compartir experiencias.

Evaluaciones online: Controles sumativos en línea obligatorios en cada unidad y que deberán ser respondidos en forma obligatoria para avanzar en el curso. Son corregidos en línea y el participante recibe, inmediatamente, junto con los resultados de la evaluación, la pauta de respuesta. Esto sólo se hace visible, luego de respondido el control completo.

Aspectos motivacionales: Los participantes interactúan entre ellos y con el tutor y experto relator en forma constante, a través de respuestas a las preguntas de los foros, analizando y compartiendo respuestas respecto de las actividades aplicadas y aprendizaje basado en problemas.

Uso de los medios: Los participantes cuentan con el apoyo de medios didácticos como imágenes e infografías, documentos descargables en PDF; y audiovisuales como vídeos, audios, multimedias interactivas.

Apoyo o tutoría: Los alumnos cuentan con la posibilidad de hacer preguntas de contenido o administrativas directamente al experto relator o al tutor, ya sea a través de la pestaña "Preguntas", o directamente en el foro habilitado al final de cada artículo. Ambos tienen un máximo de 48 horas para responder. El tutor hará el

seguimiento del avance de los participantes, motivándolos a continuar. Además les informa plazos y actividades a realizar. Esto puede ser a través de la plataforma, mediante la pestaña “Avisos”, o a través de mails o llamados telefónicos.

Estrategias Evaluativas del Curso		
<u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>NORMAS DE APROBACIÓN</u>
<p>Reconoce elementos claves de la comunicación corporativa.</p> <p>Identifica componentes de la comunicación externa y las relaciones públicas en contextos corporativos.</p> <p>Distingue factores orientados a la gestión de la reputación corporativa.</p> <p>Identifica aspectos claves en la gestión de asuntos públicos en contextos organizacionales.</p> <p>Aplica estrategias de gestión en la comunicación interna organizacional.</p>	<p>1. Evaluación diagnóstica inicial que medirá el nivel de conocimiento previo.</p> <p>2. Cada unidad tendrá una evaluación sumativa, con preguntas de alternativas con retroalimentación automatizada.</p> <p>3. Al final del curso habrá un examen final. Este examen también tendrá una pauta de evaluación automatizada; la evaluación consistirá en el análisis de un caso de aplicación con alternativas en texto libre.</p> <p>4. En cada unidad habrá actividades de aplicación por medio de casos y de preguntas de conocimiento, actividad formativa donde los alumnos responderán aplicando los contenidos adquiridos y que será retroalimentada por el experto relator del curso, es un instrumento de interacción con la plataforma, comunicación con el resto de los alumnos y aplicación de contenidos.</p>	<p>Cada evaluación sumativa debe ser respondida al término del estudio de cada unidad para poder avanzar a la siguiente. El promedio de las evaluaciones sumativas debe ser una nota igual o superior a la definida como requisito de aprobación. El examen final, en tanto, debe ser aprobado con la nota mínima exigida para aprobar el curso. El alumno aprobará cuando su promedio final sea $> \text{ó} = 4.0$. eClass mantendrá una base de datos que registrará los avances del participante en el proceso de auto aprendizaje; habrá un registro de las notas obtenidas en cada evaluación. Las preguntas aplicadas se evalúan con criterio de participación: nota máxima si participa, reprobatoria si no lo hace.</p>

Requisito de aprobación

Modalidad a distancia – Asincrónico	Promedio final sobre 4,0 Todas las evaluaciones deben estar rendidas (controles y examen)

Recursos Para la implementación del Curso					
INFRAESTRUCTURA	INDICAR SEDE	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS		MATERIAL DIDÁCTICO	
(características de la infraestructura requerida para la ejecución del curso)	(dónde se impartirá el curso)* anexo ficha de costos	(indicar cantidad)	(tipo de equipo y/o herramienta para la implementación del curso)*indicar duración de licencias o equipamientos.	(indicar cantidad)	(indicar el material que se requiere para la implementación del curso)
<p>Plataforma LCMS de desarrollo propietario con soporte para usuarios de múltiples niveles, cursos, programas, objetos de aprendizaje, evaluaciones, interacciones entre los alumnos, entre otros. La Plataforma permite integración e interoperación con otros sistemas vía API y/o URL y tiene la posibilidad de hacer seguimiento de las actividades a través del sistema xAPI.</p> <p>Plataforma funciona sobre una arquitectura de servidores clusterizados en 2 sitios con tiempo de levantamiento en caso de caídas máximo en 1 hora. Up-time anual de 99.5%, respaldos diarios de la base de datos y sistema de</p>		15 4 10	<p>Servidor</p> <p>Computadores</p> <p>Soporte técnico y hosting: Clúster de servidores de última generación alojados en 2 datacenter con FailOver manual.</p>	1 1 1 6 6	<p>El curso estará disponible en http://cursos.eclass.com/. Seleccionar la opción RUT en TIPO DE DOCUMENTO.</p> <p>La guía de uso de la plataforma se encuentra en Http://cursos.eclass.com, en la pestaña Información correspondiente al curso.</p> <p>Inducción tecnológica/metodológica, estará disponible en http://cursos.eclass.com</p> <p>Unidades publicadas en el sitio Http://cursos.eclass.com/. Están escritas en lenguaje claro y contienen gráfica para facilitar la comprensión por parte de los alumnos.</p> <p>Actividades de aplicación publicadas en el sitio http://cursos.eclass.com/</p>

archivos en site primario, site secundario y en sistemas de storage sobre la nube. En la arquitectura actual la plataforma soporta 100.000 alumnos estudiando simultáneamente, asumiendo una concurrencia de conexiones de 1%. La arquitectura es monitoreada 24x7 tanto por servicios en sitio, como por software de auditoría.				6	Resumen y glosario de contenido publicados en el sitio Http://Cursos.Eclass.Com/
--	--	--	--	---	---

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Escuela)
Máximo dos años

Articulación *Sección a completar por Subdirector(a)		Código/Sigla/Nombre Certificado
Programa Regular o EDC	Escuela	

Diplomado:	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
Comunicación Estratégica	Comunicación Estratégica
	Marketing Digital y Redes Sociales
	Gestión de Crisis

RECURSOS DOCENTES: PERFIL DESARROLLADOR	
PROFESIÓN	Periodismo, Relaciones Públicas
AÑOS DE EXPERIENCIA	10 años en adelante

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, comunicación corporativa y gestión de crisis. Experiencia práctica en planes comunicacionales, gestión de crisis y asesorías en empresas. Buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas
OBSERVACIONES	

RECURSOS DOCENTE: PERFIL RELATOR	
PROFESIÓN	Periodismo, Relaciones Públicas
AÑOS DE EXPERIENCIA	7 años en adelante
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, comunicación corporativa y gestión de crisis. Experiencia práctica en planes comunicacionales, gestión de crisis y asesorías en empresas. Experiencia docente, buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas
OBSERVACIONES	

Ficha Programa No Conducente a Título (PNCT)

Nombre del curso	Vacantes	Horas totales	Modalidad factible
Marketing Digital y Redes Sociales	1	64	e-learning/Asincrónico

Identificación
Código SENCE 1238042613
Código curso DuocUC

Unidad académica	Subdirector(a) de Escuela	Fecha de elaboración
Comunicación	Rafael Cansado	Mayo 2022

Nombre experto(a) disciplinar	Nombre diseñador(a) curricular	Nombre diseñador(a) instruccional	Nombre Par evaluador
Gonzalo Leitao	Gonzalo Leitao	Mariana González	

Aporte de valor del programa (no SENCE)
<p>A partir de la llegada a nuestras vidas de Internet, el marketing ha sufrido una profunda evolución que nos ha obligado a cambiar la mirada y la forma misma de hacer marketing. Hoy, más que nunca, es importante saber quién es nuestro público y qué es lo que está buscando. Y más aún, no basta con saber quién es el público, sino que el cliente actual exige que se le trate como único y se lo identifique, personalizando la oferta y todo el contenido relevante que le podemos entregar. Aquí encontramos una de las claves del marketing digital que nace en el siglo XXI. Y también, con la llegada de Internet surgen las redes sociales, que toman cada vez más importancia al momento de pensar en el marketing digital. Las redes sociales no dejan de crecer cada año y se hacen indispensables al momento de plantear una campaña tanto de forma orgánica como pagada.</p> <p>Con el pasar de los años se consolida entonces esta alianza en donde se complementan el Marketing Digital y las Redes Sociales, ámbitos que son el centro de este curso. Durante su desarrollo revisaremos sus fundamentos y distintas estrategias como las de inbound marketing, de contenidos, SEM y SEO y finalmente dar una mirada a la marca y las ventas a través de las mismas redes.</p>

Caracterización del Participantes
<ul style="list-style-type: none"> • Puesto de trabajo: administradores, analistas y especialistas que se desempeñen en áreas de ventas, marketing, marketing digital e eCommerce de todo tipo de rubro y que deseen desarrollar o profundizar sus conocimientos y habilidades en el área del marketing digital, gestión de Redes Sociales y marketing de contenido, y cuya motivación sea comprender los factores más relevantes de una estrategia de

Marketing Digital. Así también, para quienes estén emprendiendo o estén a cargo de una pequeña empresa.

- Profesión: Ingeniero(a) Comercial, publicista, periodista, psicólogo y técnicos-profesionales de carreras afines.

Requisitos de ingresos participantes

- Conocimientos del uso de internet y del correo electrónico.
- Tener acceso a un computador con las características descritas más abajo, para acceder al sitio web y materiales del curso.
- Los requerimientos de equipamiento del participante son:
 - Cualquier computador con cualquier acceso a internet, habilitado con sistema operativo Windows, Osx 9.0 S
 - Superior o Linux.
 - El software mínimo necesario del computador debe ser un explorador de internet con Javascript Habilitado, Microsoft Office 5 o superior, Acrobat Reader, Y Flash Player 8.0 o superior.
- Las características recomendadas de equipamiento son:
 - Un equipo con un procesador Pentium IV o superior, con 512 MB de memoria RAM, o con características similares.
 - Se recomienda que el sistema operativo Windows sea como mínimo 7 o superior.
 - Se recomienda utilizar una resolución de pantalla de un mínimo de 1024 X 768 pixeles a 16 millones de colores o superior, aunque la página web es posible de verse en todas las pantallas.
 - Se recomienda que el explorador de internet sea uno de los siguientes: Internet Explorer 8.0 ó superior, Firefox versión 4.7 o superior, Safari 8.0 o superior, Chrome 50 o superior.

Competencia a desarrollar / Objetivo General

Aplicar estrategias de marketing digital orientado al fortalecimiento de marca en redes sociales.

Unidades	Objetivo Específico	Contenidos	Horas		
			T	P (60%)	E
UNIDAD 1	Identificar los fundamentos del marketing digital.	Unidad 1: Fundamentos del marketing digital <ul style="list-style-type: none"> • Origen y principios básicos del Marketing Digital • Plan de Marketing Digital • Mediciones y reporte de resultados en el Marketing Digital 			10

UNIDAD 2	Reconocer estrategias de inbound marketing.	Unidad 2: Estrategias de inbound marketing <ul style="list-style-type: none"> • Qué es el Inbound marketing • Inbound versus outboud marketing • Tendencias del Inboud marketing 		10
UNIDAD 3	Identificar diferentes estrategias de marketing de contenido en redes sociales.	Unidad 3: Estrategias de marketing de contenidos <ul style="list-style-type: none"> • La importancia del marketing de contenidos • Search Engine Optimization (SEO) • Estrategias de contenido en Redes Sociales 		10
UNIDAD 4	Reconocer las principales estrategias de SEM y marketing mobile.	Unidad 4: Estrategias de SEM y Marketing Mobile <ul style="list-style-type: none"> • Search Engine Marketing (SEM) • El uso de los Smartphones y las aplicaciones • Estrategias aplicadas al Marketing Mobile 		10
UNIDAD 5	Aplicar estrategias de marketing digital a través de las redes sociales.	Unidad 5: Estrategias de marketing digital en Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> • Redes más allá de lo social • Redes Sociales y su uso en el mundo • Estrategias y campañas de redes sociales 		10
UNIDAD 6	Aplicar estrategia de marketing digital orientado al posicionamiento de marca en redes sociales.	Unidad 6: Marca y ventas a través de Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de social listenig • Vendiendo en las redes sociales • Monitoreo y métricas en redes sociales 		10
Unidad Seminario	Aplicar estrategias de marketing digital orientado al fortalecimiento de marca en redes sociales.	- Examen final de desarrollo.		4

Estrategias Metodológicas para la Implementación del Curso

El facilitador debe considerar la combinación de distintos tipos de técnicas didácticas que propicien la participación del estudiante, desafiando sus capacidades de búsqueda de posibles soluciones; evaluar implicancias de sus acciones frente a una determinada tarea; incentivar el trabajo creativo; además de promover el trabajo práctico y colaborativo entre estudiantes.

Para este proceso formativo, es importante que el docente/facilitador genere un ambiente de aprendizaje en que el participante sea capaz de reconocer sus conocimientos previos y experiencias con el objetivo de propiciar el logro de aprendizajes significativos que permitan fortalecer sus competencias. Por lo tanto, las estrategias de enseñanza que el docente utilizará contemplarán fases expositivas-participativas con el uso de distintos tipos de materiales de apoyo (presentaciones power point, videos, recursos de información, etc.) que promuevan la interacción entre participantes. En cuanto a las fases prácticas, el docente utilizará distintos tipos de técnicas didácticas con el objetivo de promover instancias tanto trabajo grupal como individual, ya sea a través, análisis de caso, Aprendizaje basado en proyectos por medio de un aprendizaje colaborativo, debates, entre otras.

Proceso de aprendizaje: Se realizará mediante la lectura, interacción y estudio de todo el material de las unidades, cada unidad está compuesta por artículos, material de profundización, actividades aplicadas y una evaluación sumativa. Al final de cada artículo los alumnos pueden participar en un foro asíncrono mediado por el experto relator en el que pueden hacer consultas sobre el contenido del material y compartir experiencias.

Evaluaciones online: Controles sumativos en línea obligatorios en cada unidad y que deberán ser respondidos en forma obligatoria para avanzar en el curso. Son corregidos en línea y el participante recibe, inmediatamente, junto con los resultados de la evaluación, la pauta de respuesta. Esto sólo se hace visible, luego de respondido el control completo.

Aspectos motivacionales: Los participantes interactúan entre ellos y con el tutor y experto relator en forma constante, a través de respuestas a las preguntas de los foros, analizando y compartiendo respuestas respecto de las actividades aplicadas y aprendizaje basado en problemas.

Uso de los medios: Los participantes cuentan con el apoyo de medios didácticos como imágenes e infografías, documentos descargables en PDF; y audiovisuales como vídeos, audios, multimedia interactivas.

Apoyo o tutoría: Los alumnos cuentan con la posibilidad de hacer preguntas de contenido o administrativas directamente al experto relator o al tutor, ya sea a través de la pestaña "Preguntas", o directamente en el foro habilitado al final de cada artículo. Ambos tienen un máximo de 48 horas para responder. El tutor hará el seguimiento del avance de los participantes, motivándolos a continuar. Además, les informa plazos y actividades a realizar. Esto puede ser a través de la plataforma, mediante la pestaña "Avisos", o a través de mails o llamados telefónicos.

Estrategias Evaluativas del Curso

<u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>NORMAS DE APROBACIÓN</u>
Identifica los fundamentos del marketing digital.	1. Evaluación diagnóstica inicial que medirá el nivel de conocimiento previo.	Cada evaluación sumativa debe ser respondida al término del estudio de cada unidad para poder avanzar a la siguiente. El promedio de las evaluaciones sumativas debe ser una nota igual o superior a la definida
Reconoce estrategias de inbound marketing.	2. Cada unidad tendrá una evaluación sumativa, con preguntas de	

<p>Analiza diferentes estrategias de marketing de contenidos en redes sociales.</p> <p>Reconoce las principales estrategias de SEM y marketing mobile.</p> <p>Aplica estrategias de marketing digital a través de redes sociales.</p> <p>Aplica estrategias de marketing digital orientado al posicionamiento de marca en redes sociales.</p>	<p>alternativas con retroalimentación automatizada.</p> <p>3. Al final del curso habrá un examen final. Este examen también tendrá una pauta de evaluación automatizada; la evaluación consistirá en el análisis de un caso de aplicación con alternativas en texto libre.</p> <p>4. En cada unidad habrá actividades de aplicación por medio de casos y de preguntas de conocimiento, actividad formativa donde los alumnos responderán aplicando los contenidos adquiridos y que será retroalimentada por el experto relator del curso, es un instrumento de interacción con la plataforma, comunicación con el resto de los alumnos y aplicación de contenidos.</p>	<p>como requisito de aprobación. El examen final, en tanto, debe ser aprobado con la nota mínima exigida para aprobar el curso. El alumno aprobará cuando su promedio final sea $> \text{ó} = a 4.0$. eClass mantendrá una base de datos que registrará los avances del participante en el proceso de auto aprendizaje; habrá un registro de las notas obtenidas en cada evaluación. Las preguntas aplicadas se evalúan con criterio de participación: nota máxima si participa, reprobatoria si no lo hace.</p>
---	--	--

Requisito de aprobación	
Modalidad a distancia – Asincrónico	Promedio final sobre 4,0 Todas las evaluaciones deben estar rendidas (controles y examen)

Recursos Para la implementación del Curso					
INFRAESTRUCTURA	INDICAR SEDE	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS		MATERIAL DIDÁCTICO	
(características de la infraestructura requerida para la ejecución del curso)	(dónde se impartirá el curso)*anexo ficha de costos	(indicar cantidad)	(tipo de equipo y/o herramienta para la implementación del curso)*indicar duración de licencias o equipamientos.	(indicar cantidad)	(indicar el material que se requiere para la implementación del curso)

<p>Plataforma LCMS de desarrollo propietario con soporte para usuarios de múltiples niveles, cursos, programas, objetos de aprendizaje, evaluaciones, interacciones entre los alumnos, entre otros. La Plataforma permite integración e interoperación con otros sistemas vía API y/o URL y tiene la posibilidad de hacer seguimiento de las actividades a través del sistema xAPI.</p> <p>Plataforma funciona sobre una arquitectura de servidores clusterizados en 2 sitios con tiempo de levantamiento en caso de caídas máximo en 1 hora. Up-time anual de 99.5%, respaldos diarios de la base de datos y sistema de archivos en site primario, site secundario y en sistemas de storage sobre la nube. En la arquitectura actual la plataforma soporta 100.000 alumnos estudiando simultáneamente, asumiendo una concurrencia de conexiones de 1%. La arquitectura es monitoreada 24x7 tanto</p>	15	Servidor	1	<p>El curso estará disponible en http://cursos.eclass.com/. Seleccionar la opción RUT en TIPO DE DOCUMENTO.</p> <p>La guía de uso de la plataforma se encuentra en Http://cursos.eclass.com, en la pestaña Información correspondiente al curso.</p> <p>Inducción tecnológica/metodológica, estará disponible en http://cursos.eclass.com</p> <p>Unidades publicadas en el sitio Http://cursos.eclass.com/. Están escritas en lenguaje claro y contienen gráfica para facilitar la comprensión por parte de los alumnos.</p> <p>Actividades de aplicación publicadas en el sitio http://cursos.eclass.com/</p> <p>Resumen y glosario de contenido publicados en el sitio Http://Cursos.Eclass.Com/</p>
	4	Computadores	1	
	10	Soporte técnico y hosting: Clúster de servidores de última generación alojados en 2 datacenter con FailOver manual.	1	
			6	

por servicios en sitio, como por software de auditoría.					
---	--	--	--	--	--

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Escuela)
Máximo dos años

Articulación *Sección a completar por Subdirector(a)		Código/Sigla/Nombre Certificado
Programa Regular o EDC	Escuela	

Diplomado:	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
Comunicación Estratégica	Gestión de Crisis
	Dimensiones de la comunicación corporativa y cultura organizacional
	Comunicación Estratégica

RECURSOS DOCENTES: PERFIL DESARROLLADOR	
PROFESIÓN	Periodista, Ingeniería Comercial, Ingeniería en Marketing, publicista.
AÑOS DE EXPERIENCIA	10 años en adelante
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, dirección de marketing digital, marketing estratégico y ventas. Experiencia práctica en planes de marketing digital, desarrollo de marca y asesorías en empresas. Buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas.
OBSERVACIONES	

RECURSOS DOCENTE: PERFIL RELATOR	
PROFESIÓN	Ingeniería Comercial, Ingeniería en Marketing, publicista.
AÑOS DE EXPERIENCIA	7 años en adelante
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, dirección de marketing digital, marketing estratégico y ventas. Experiencia práctica en planes de marketing digital,

	desarrollo de maca y asesorías en empresas. Experiencia docente, buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas
OBSERVACIONES	

Ficha Programa No Conducente a Título (PNCT)

Nombre del curso	Vacantes	Horas totales	Modalidad factible
Gestión de Crisis	1	64	e-learning/Asincrónico

Identificación
Código SENCE
Código curso DuocUC

Unidad académica	Subdirector(a) de Escuela	Fecha de elaboración
Comunicación	Rafael Cansado	Abril 2024

Nombre experto(a) disciplinar	Nombre diseñador(a) curricular	Nombre diseñador(a) instruccional	Nombre Par evaluador
Sebastián Urrutia	Sebastián Urrutia	Joaquín Salinas	

Aporte de valor del programa (no SENCE)
<p>Las transformaciones emergentes generan tensiones que exigen desarrollar procesos de innovación, fomento del espíritu de pertenencia y promover el trabajo en equipo entre las organizaciones y las comunidades. El curso busca ofrecer un enfoque y un set de herramientas que permitan a las organizaciones encarar posibles controversias con otros actores con los que debe convivir de forma armónica en el territorio. La existencia de tensiones y desbordes que tienen su origen en profundos desacuerdos plantea el desafío de buscar caminos donde puedan converger posiciones que eventualmente desembocan en acuerdos duraderos coproducidos y gestionados en instancias cuya metodología se basa en principios de cooperación, transparencia y simétricas.</p> <p>Asimismo, el curso busca dar cuenta de los procedimientos y metodologías de trabajo que utilizan las organizaciones para anticipar una crisis y cómo gestionarla desde la comunicación, una vez que su manifestación se ha vuelto inevitable. Por último, se busca describir algunos mecanismos de aprendizaje y resiliencia organizacional que permitan aprovechar las oportunidades que emergen de las crisis.</p>

Caracterización del Participantes
<ul style="list-style-type: none"> • El curso está orientado a un amplio rango de profesionales que se desempeñan en corporaciones, organizaciones sin fines de lucro y el sector público. • Cualquier profesional que desee tomar un rol activo en participar de la gestión de disputas, controversias o conflictos.

- Profesión: Ingeniero(a) Comercial, publicista, periodista, relacionadores públicos, psicólogo, antropólogo, sociólogo y técnicos-profesionales de carreras afines.

Requisitos de ingresos participantes

- Conocimientos del uso de internet y del correo electrónico.
- Tener acceso a un computador con las características descritas más abajo, para acceder al sitio web y materiales del curso.
- Los requerimientos de equipamiento del participante son:
 - Cualquier computador con cualquier acceso a internet, habilitado con sistema operativo Windows, Osx 9.0 S
 - Superior o Linux.
 - El software mínimo necesario del computador debe ser un explorador de internet con Javascript Habilitado, Microsoft Office 5 o superior, Acrobat Reader, Y Flash Player 8.0 o superior.
- Las características recomendadas de equipamiento son:
 - Un equipo con un procesador Pentium IV o superior, con 512 MB de memoria RAM, o con características similares.
 - Se recomienda que el sistema operativo Windows sea como mínimo 7 o superior.
 - Se recomienda utilizar una resolución de pantalla de un mínimo de 1024 X 768 pixeles a 16 millones de colores o superior, aunque la página web es posible de verse en todas las pantallas.
 - Se recomienda que el explorador de internet sea uno de los siguientes: Internet Explorer 8.0 ó superior, Firefox versión 4.7 o superior, Safari 8.0 o superior, Chrome 50 o superior.

Competencia a desarrollar / Objetivo General

Aplicar herramientas prácticas y analíticas orientadas a la gestión integral de controversias, conflictos y crisis organizacionales.

Unidades	Objetivo Específico	Contenidos	Horas		
			T	P (60 %)	E
UNIDAD 1	Identificar las dimensiones de las controversias y conflictos organizacionales.	Unidad 1: La naturaleza de las controversias y los conflictos <ul style="list-style-type: none"> • Dimensión técnica/científico • Dimensión socio/política • Casos aplicados 			10

UNIDAD 2	Reconocer metodologías orientadas al diagnóstico de las controversias y los conflictos organizacionales.	Unidad 2: El diagnóstico de las controversias y los conflictos <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar las condiciones de base • Generar plataforma de diálogo • Co-producir y co-gestionar soluciones 			1 0
UNIDAD 3	Identificar estrategias de anticipación y gestión de crisis en contextos organizacionales.	Unidad 4: La anticipación y gestión de la crisis: <ul style="list-style-type: none"> • Prepararse para gestionar la comunicación durante una crisis • Estrategias de comunicación de crisis • Revisión de buenas prácticas 			1 0
UNIDAD 4	Analizar las etapas que conforman las estrategias y planes de acción en contexto de controversia y conflicto organizacional.	Unidad 3: La gestión de las controversias y los conflictos. <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de estrategias y planes de acción • Implementación de estrategias y planes • Aplicación de acciones correctivas 			1 0
UNIDAD 5	Aplicar herramientas de comunicación conducentes a la gestión de crisis en contextos organizacionales.	Unidad 5: La gestión de las comunicaciones en la emergencia <ul style="list-style-type: none"> • Activación de protocolos y comité de crisis • Identificación de etapas de la crisis • Vocería interna y externa 			1 0
UNIDAD 6	Aplicar herramientas orientadas a la reconstrucción, resiliencia y aprendizaje luego de contexto de crisis.	Unidad 6: La reconstrucción, la resiliencia y el aprendizaje <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de impacto de la crisis • Desarrollo de planes de reconstrucción • Aprendizajes y resiliencia 			1 0
Unidad Seminario	Aplicar herramientas prácticas y analíticas orientadas a la gestión integral de controversias, conflictos y crisis organizacionales.	- Examen final de desarrollo.			4

Estrategias Metodológicas para la Implementación del Curso

El facilitador debe considerar la combinación de distintos tipos de técnicas didácticas que propicien la participación del estudiante, desafiando sus capacidades de búsqueda de posibles soluciones; evaluar

implicancias de sus acciones frente a una determinada tarea; incentivar el trabajo creativo; además de promover el trabajo práctico y colaborativo entre estudiantes.

Para este proceso formativo, es importante que el docente/facilitador genere un ambiente de aprendizaje en que el participante sea capaz de reconocer sus conocimientos previos y experiencias con el objetivo de propiciar el logro de aprendizajes significativos que permitan fortalecer sus competencias. Por lo tanto, las estrategias de enseñanza que el docente utilizará contemplarán fases expositivas-participativas con el uso de distintos tipos de materiales de apoyo (presentaciones power point, videos, recursos de información, etc.) que promuevan la interacción entre participantes. En cuanto a las fases prácticas, el docente utilizará distintos tipos de técnicas didácticas con el objetivo de promover instancias tanto trabajo grupal como individual, ya sea a través, análisis de caso, Aprendizaje basado en proyectos por medio de un aprendizaje colaborativo, debates, entre otras.

Proceso de aprendizaje: Se realizará mediante la lectura, interacción y estudio de todo el material de las unidades, cada unidad está compuesta por artículos, material de profundización, actividades aplicadas y una evaluación sumativa. Al final de cada artículo los alumnos pueden participar en un foro asíncrono mediado por el experto relator en el que pueden hacer consultas sobre el contenido del material y compartir experiencias.

Evaluaciones online: Controles sumativos en línea obligatorios en cada unidad y que deberán ser respondidos en forma obligatoria para avanzar en el curso. Son corregidos en línea y el participante recibe, inmediatamente, junto con los resultados de la evaluación, la pauta de respuesta. Esto sólo se hace visible, luego de respondido el control completo.

Aspectos motivacionales: Los participantes interactúan entre ellos y con el tutor y experto relator en forma constante, a través de respuestas a las preguntas de los foros, analizando y compartiendo respuestas respecto de las actividades aplicadas y aprendizaje basado en problemas.

Uso de los medios: Los participantes cuentan con el apoyo de medios didácticos como imágenes e infografías, documentos descargables en PDF; y audiovisuales como videos, audios, multimedias interactivas.

Apoyo o tutoría: Los alumnos cuentan con la posibilidad de hacer preguntas de contenido o administrativas directamente al experto relator o al tutor, ya sea a través de la pestaña "Preguntas", o directamente en el foro habilitado al final de cada artículo. Ambos tienen un máximo de 48 horas para responder. El tutor hará el seguimiento del avance de los participantes, motivándolos a continuar. Además les informa plazos y actividades a realizar. Esto puede ser a través de la plataforma, mediante la pestaña "Avisos", o a través de mails o llamados telefónicos.

Estrategias Evaluativas del Curso

<u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</u>	<u>NORMAS DE APROBACIÓN</u>
	1. Evaluación diagnóstica inicial que medirá el nivel de conocimiento previo.	Cada evaluación sumativa debe ser respondida al término del estudio de cada unidad para poder avanzar a la

<p>Identifica las dimensiones de las controversias y conflictos organizacionales.</p> <p>Reconoce metodologías orientadas al diagnóstico de las controversias y los conflictos organizacionales.</p> <p>Identifica estrategias de anticipación y gestión de crisis en contextos organizacionales.</p> <p>Analiza las etapas que conforman las estrategias y planes de acción en contextos de controversia y conflicto organizacional.</p> <p>Aplica herramientas de comunicación conducentes a la gestión de crisis en contextos organizacionales.</p> <p>Aplica herramientas orientadas a la reconstrucción, resiliencia y aprendizaje luego de contextos de crisis.</p>	<p>2. Cada unidad tendrá una evaluación sumativa, con preguntas de alternativas con retroalimentación automatizada.</p> <p>3. Al final del curso habrá un examen final. Este examen también tendrá una pauta de evaluación automatizada; la evaluación consistirá en el análisis de un caso de aplicación con alternativas en texto libre.</p> <p>4. En cada unidad habrá actividades de aplicación por medio de casos y de preguntas de conocimiento, actividad formativa donde los alumnos responderán aplicando los contenidos adquiridos y que será retroalimentada por el experto relator del curso, es un instrumento de interacción con la plataforma, comunicación con el resto de los alumnos y aplicación de contenidos.</p>	<p>siguiente. El promedio de las evaluaciones sumativas debe ser una nota igual o superior a la definida como requisito de aprobación. El examen final, en tanto, debe ser aprobado con la nota mínima exigida para aprobar el curso. El alumno aprobará cuando su promedio final sea ≥ 4.0. eClass mantendrá una base de datos que registrará los avances del participante en el proceso de auto aprendizaje; habrá un registro de las notas obtenidas en cada evaluación. Las preguntas aplicadas se evalúan con criterio de participación: nota máxima si participa, reprobatoria si no lo hace.</p>
---	--	---

Requisito de aprobación	
Modalidad a distancia – Asincrónico	Promedio final sobre 4,0 Todas las evaluaciones deben estar rendidas (controles y examen)

Recursos Para la implementación del Curso			
INFRAESTRUCTURA	INDICAR SEDE	EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	MATERIAL DIDÁCTICO

(características de la infraestructura requerida para la ejecución del curso)	(dónde se impartirá el curso)* anexo ficha de costos	(indicar cantidad)	(tipo de equipo y/o herramienta para la implementación del curso)*indicar duración de licencias o equipamientos.	(indicar cantidad)	(indicar el material que se requiere para la implementación del curso)
<p>Plataforma LCMS de desarrollo propietario con soporte para usuarios de múltiples niveles, cursos, programas, objetos de aprendizaje, evaluaciones, interacciones entre los alumnos, entre otros. La Plataforma permite integración e interoperación con otros sistemas vía API y/o URL y tiene la posibilidad de hacer seguimiento de las actividades a través del sistema xAPI.</p> <p>Plataforma funciona sobre una arquitectura de servidores clusterizados en 2 sitios con tiempo de levantamiento en caso de caídas máximo en 1 hora. Up-time anual de 99.5%, respaldos diarios de la base de datos y sistema de archivos en site primario, site secundario y en sistemas de storage sobre la nube. En la arquitectura actual la plataforma soporta 100.000 alumnos estudiando simultáneamente, asumiendo una</p>		<p>15 4 10</p>	<p>Servidor Computadores Soporte técnico y hosting: Clúster de servidores de última generación alojados en 2 datacenter con FailOver manual.</p>	<p>1 1 1 6 6 6</p>	<p>El curso estará disponible en http://cursos.eclass.com/. Seleccionar la opción RUT en TIPO DE DOCUMENTO.</p> <p>La guía de uso de la plataforma se encuentra en Http://cursos.eclass.com, en la pestaña Información correspondiente al curso.</p> <p>Inducción tecnológica/metodológica, estará disponible en http://cursos.eclass.com</p> <p>Unidades publicadas en el sitio Http://cursos.eclass.com/. Están escritas en lenguaje claro y contienen gráfica para facilitar la comprensión por parte de los alumnos.</p> <p>Actividades de aplicación publicadas en el sitio http://cursos.eclass.com/</p> <p>Resumen y glosario de contenido publicados en el sitio Http://Cursos.Eclass.Com/</p>

conurrencia de conexiones de 1%. La arquitectura es monitoreada 24x7 tanto por servicios en sitio, como por software de auditoría.					
--	--	--	--	--	--

Próxima actualización sugerida (Debe ser sugerido por Experto Disciplinar designado por la Escuela)
Máximo dos años

Articulación *Sección a completar por Subdirector(a)		Código/Sigla/Nombre Certificado
Programa Regular o EDC	Escuela	

Diplomado:	Cursos conducentes al diplomado o certificación (identificar cursos base y optativos)
Comunicación Estratégica	Comunicación Estratégica
	Dimensiones de la comunicación corporativa y cultura organizacional
	Marketing Digital y Redes Sociales

RECURSOS DOCENTES: PERFIL DESARROLLADOR	
PROFESIÓN	Periodismo, Relaciones Públicas
AÑOS DE EXPERIENCIA	10 años en adelante
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, comunicación corporativa y gestión de crisis. Experiencia práctica en planes comunicacionales, gestión de crisis y asesorías en empresas. Buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas
OBSERVACIONES	

RECURSOS DOCENTE: PERFIL RELATOR	
PROFESIÓN	Periodismo, Relaciones Públicas
AÑOS DE EXPERIENCIA	7 años en adelante

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES RELEVANTES	Conocimiento sobre comunicación estratégica, comunicación corporativa y gestión de crisis. Experiencia práctica en planes comunicacionales, gestión de crisis y asesorías en empresas. Experiencia docente, buena capacidad oratoria y manejo en plataformas tecnológicas requeridas
OBSERVACIONES	