

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL

Hoy, la búsqueda de información, la identidad de una marca, los golpes informativos, las campañas publicitarias y las crisis comunicacionales pasan, necesariamente, por las redes sociales. Por ello, el cambio organizacional debe incluir necesariamente la digitalización de los procesos de negocio dando lugar a nuevas formas y modos de trabajo. A medida que los medios y redes sociales se convierten en un destino cotidiano para el público online – un público activo, participativo y creador –, aumenta la necesidad de que medios, empresas, organizaciones y profesionales aprendan a moverse estratégicamente en estos nuevos espacios. El futuro camina hacia la digitalización de la economía y las empresas que no sean digitales y que no estén en constante diálogo con su entorno y sus audiencias no serán competitivas y escalables en el tiempo.

¿A quién está dirigido?

Postulantes que estén en posesión del grado de licenciado o título profesional de una carrera afín al programa.



Grado Académico
Magíster



Duración de Programa
(1 año)



Modalidad
Presencial



Mail
postgrados@ugm.cl



Fono
600 401 00 62

POSTGRADOS UGM



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Escribe tu futuro

Malla curricular

I SEMESTRE

ANÁLISIS DEL PROSUMIDOR

El curso aspira en entregar las herramientas necesarias para conocer y empatizar con los insight de las diferentes audiencias, la demanda y necesidades del target o público objetivo, como también identificar tendencias para posibles oportunidades comunicacionales.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El curso aspira a que los alumnos adquieran las herramientas fundamentales para realizar investigación social, adquiriendo la metodología y el razonamiento analítico de los diferentes procesos de la investigación científica. Desarrollarán el ciclo completo del diseño, ejecución y elaborar resultados cualitativos, cuantitativos o mixtos, para el desarrollo de conocimiento científico social, siendo métricas y datos fundamentales para decisiones más certeras en diferentes acciones comunicacionales.

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

El curso aspira a que los alumnos comprendan y desarrollen un análisis crítico de cómo se vinculan hoy las empresas e instituciones con las diferentes audiencias y cómo estas afectan constantemente al cambio de estructuras de comunicaciones internas como externas, dando valor a la generación y validación de datos para la adecuada toma de decisión y ejecución mediante metodologías de investigación cuantitativas, cualitativas o mixtas.

TALLER DE PROYECTO COMUNICACIONAL I + MASTER CLASS

El curso aspira a que los alumnos desarrollen una primera experiencia aplicada con un problema o cliente real, donde ejecuten materias previamente vistas en el Magíster. Se realizarán a lo largo del curso diferentes Master Class de diferentes temáticas asociadas a las diferentes necesidades de los alumnos.

ESTRATEGIAS Y MARKETING DIGITAL

El curso aspira a que los estudiantes comprendan la importancia de aplicar las diferentes tipos de estrategias digitales desde un punto de vista estratégico y operativo. Como también conocer las diferentes técnicas e implementaciones del Marketing Digital y la importancia de medir constantemente el impacto.



Malla curricular

II SEMESTRE

COMUNICACIÓN INTERNA Y GESTIÓN DE CRISIS

El curso aspira a que los alumnos comprendan los conceptos teóricos y las diferentes herramientas actuales para el correcto desarrollo de la comunicación interna en tiempos actuales, como también la importancia de sus audiencias y el conocimiento de los problemas y realidades propias de la misma organización. La temprana identificación de una crisis no solo es evitar poner en riesgo toda la imagen de la empresa, sino también no dañar su credibilidad y años de reputación. Durante este curso comprenderemos cómo abordar una crisis en sus diferentes etapas, como también el desarrollo de protocolos que puedan minimizar posibles daños.

TALLER DE PROYECTO COMUNICACIONAL II + MASTER CLASS

El curso aspira a que los alumnos desarrollen una segunda experiencia aplicada con un problema o cliente real, donde ejecuten materias previamente vistas en el Magíster. Se realizarán a lo largo del curso diferentes Master Class de diferentes temáticas asociadas a las diferentes necesidades de los alumnos.

PROYECTO TESIS

El curso aspira a que los alumnos desarrollen un proyecto aplicado a un cliente real, donde ejecuten las materias previamente vistas a lo largo del Magíster. Realizar un trabajo de Investigación o un trabajo práctico en el que se debe apreciar una asimilación importante de los contenidos del programa, ya sea a través de una aproximación original a los temas de comunicación y marketing digital, o bien a través de la implementación directa de estos tópicos en alguna organización con un número importante de personal profesional.

ELECTIVO

El curso electivo es una asignatura que tiene como objetivo entregar herramientas que estén en vanguardias con los requerimientos del Magíster.

