

## CONVENIO DE COLABORACIÓN INTERINSTITUCIONAL

### MINISTERIO PÚBLICO

Y

### PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

En Santiago de Chile, a 25 de junio de 2020, entre el **MINISTERIO PÚBLICO**, organismo autónomo, R.U.T. N° 61.935.400-1, representado por su Fiscal Nacional, don Jorge Abbott Charme, chileno, cédula nacional de identidad N° 5.982.815-0, ambos domiciliados en calle Catedral N° 1437, comuna y ciudad de Santiago, en adelante “**el Ministerio**” o “**la Institución**”, por una parte; y, por la otra, la **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE**, R.U.T. N° 81.698.900-0, representada por su Vicerrectora Económica, doña Maria Loreto Massanés Vogel, chilena, cédula nacional de identidad N° 10.538.091-7, ambos domiciliados en Avenida Bernardo O’Higgins N° 340, comuna y ciudad de Santiago, en adelante “**la Universidad**”; vienen en suscribir el siguiente convenio de colaboración interinstitucional, en adelante “**el Convenio**”:

#### **PRIMERO: ANTECEDENTES GENERALES**

El Ministerio Público, según lo establecido en el artículo 83° de la Constitución Política de la República, y artículo primero de su Ley Orgánica Constitucional N° 19.640, es un organismo público autónomo y jerarquizado, cuya función es dirigir en forma exclusiva la investigación de los hechos constitutivos de delito, los que determinen la participación punible y los que acrediten la inocencia del imputado y, en su caso, ejercer la acción penal pública en la forma prevista por la ley. De igual manera, le corresponderá la adopción de medidas para proteger a las víctimas y a los testigos.

Por su parte, la Pontificia Universidad Católica de Chile, es una Corporación de Derecho Público, Institución de Educación Superior del Estado, de carácter nacional y público, que tiene por misión fundamental propender al cultivo de la ciencia, el arte y demás manifestaciones del espíritu, como asimismo, a la formación de profesionales de nivel superior, a través de la docencia, investigación, creación y comunicación, reconociendo como característica propia, el aporte orientador y normativo de la fe católica en todas sus actividades y respetando, al mismo tiempo, la legítima autonomía de las diferentes áreas del saber.

Considerando los propósitos de ambas instituciones y advirtiendo el interés de actualización y especialización para los fiscales y funcionarios del Ministerio Público en gestionar iniciativas y proyectos públicos-privados complejos desde una perspectiva comunicacional, es que se ha planteado la necesidad de crear una instancia de formación

académica que se materializará en la organización conjunta de un Diplomado enfocado a entregar herramientas y desarrollar habilidades estratégicas, comunicacionales y de inteligencia competitiva con énfasis en la comprensión y uso de medios sociales.

## **SEGUNDO: OBJETO DEL CONVENIO.**

El Ministerio Público y la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, han resuelto, a través de la suscripción del presente Convenio y en el ámbito de sus respectivas competencias, la realización, durante el presente año, de un Diplomado titulado “Comunicación Estratégica Público-Privada”, dirigido a integrantes de la Institución, fiscales o funcionarios, que se encuentren en posesión de un título profesional o de una licenciatura universitaria, en adelante “el Diplomado”, en los términos y condiciones que más adelante se detallan.

## **TERCERO: OBJETIVOS E INFORMACIÓN GENERAL DEL DIPLOMADO.**

Los objetivos generales del “Diplomado en Comunicación Estratégica Público-Privada”, serán diagnosticar adecuadamente los problemas comunicacionales que afectan a proyectos e iniciativas público-privadas, diseñar estrategias y planes de acción pertinentes a los problemas comunicacionales detectados aplicando medios y tecnologías desde una perspectiva táctico-estratégica y aplicar los fundamentos y herramientas comunicacionales necesarias para optimizar la gestión estratégica de proyectos e iniciativas público-privadas complejas y de alto impacto social.

El Diplomado se desarrollará durante los meses de septiembre a diciembre del año 2020, en modalidad online (trece semanas de trabajo remoto que implica la dedicación de 5 horas semanales), según programa adjunto como Anexo N°3 y que forma parte integrante del presente instrumento. La duración del programa académico será de 100 horas cronológicas.

El cuerpo docente del Diplomado estará conformado por profesores nacionales, de comprobada experiencia y conocimientos en las temáticas a tratar en el programa de estudios.

La nómina de los participantes será entregada por el Ministerio Público a la Universidad para las gestiones administrativas y facilitación de la incorporación de cada uno al Diplomado. La selección obedecerá a criterios establecidos de manera interna por el Ministerio Público.

Las partes acuerdan que el número máximo de alumnos será de 35, pudiendo becar el Ministerio Público hasta 30 personas o un número menor dependiendo del número de seleccionados con beca). Los 5 cupos restantes se utilizarán en caso de existir interesados en cursar el programa y siempre que lo hagan con financiamiento completamente propio y cumplan con los respectivos requisitos.

Por otra parte, se establece un número mínimo de participantes de 25 personas. En caso de no alcanzar esta, el convenio podrá dejarse sin efecto.

El programa académico contará con la certificación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

#### **CUARTO: ORGANIZACIÓN Y COLABORACIÓN FINANCIERA.**

A través del presente Convenio, las instituciones intervinientes se comprometen a realizar y costear todas las gestiones que correspondan, con el fin de llevar a cabo el Diplomado.

En particular, el Ministerio Público, colaborará en la determinación de las temáticas que serán abordadas en las clases, de acuerdo con las necesidades observadas por la propia Institución, así como también en la selección de los participantes. Por su parte, la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, estará a cargo de la dirección académica y coordinación administrativa del Diplomado.

El detalle de las obligaciones, en particular el aporte financiero del Ministerio Público, se singularizará en el Anexo N°1 del presente instrumento, pasando a formar parte integrante del mismo, para todos los efectos legales. Asimismo, el Anexo N°2 del presente instrumento, detalla las obligaciones particulares de la Universidad.

Los participantes del programa accederán a un arancel especial ascendente a \$1.170.000 (un millón ciento setenta mil pesos) y serán beneficiarios de becas institucionales, otorgadas por el Ministerio Público, que cubrirán el 50% (cincuenta por ciento) del valor del arancel del programa, es decir, \$585.000 (quinientos ochenta y cinco mil pesos), valor que será pagado por el Ministerio Público a la Universidad, como aporte para el desarrollo del Diplomado, por cada participante seleccionado con beca.

La suma total que pagará el Ministerio Público, ascenderá como máximo a \$17.550.000 (diecisiete millones quinientos cincuenta mil pesos), o un valor inferior, dependiendo del número de beneficiados, exento de IVA, cantidad que corresponde al 50% (cincuenta por ciento) del arancel de todos los participantes seleccionados y que será enterada directamente a la Pontificia Universidad Católica de Chile, como suma alzada y en un pago, una vez entregada y recibida conforme la factura respectiva, al tenor de lo dispuesto en el referido Anexo N° 1.

Por su parte, los participantes del Diplomado, beneficiarios de las becas señaladas precedentemente, deberán pagar directamente a la Pontificia Universidad Católica de Chile, el monto correspondiente al 50% (cincuenta por ciento) restante del arancel del programa, ascendente a \$585.000 (quinientos ochenta y cinco mil pesos), exento de IVA. Todo sin perjuicio, del máximo de 5 personas participantes no becadas por el Ministerio Público, que deberán pagar directamente a la Pontificia Universidad Católica de Chile el 100% del

arancel del Programa, ascendente a \$1.170.000 (un millón ciento setenta mil pesos), exento de IVA.

En el caso de que el Diplomado no se ejecutare o se interrumpiere sin posibilidad de reanudación, por causa no imputable al Ministerio Público ni al participante, y con posterioridad a la realización del pago correspondiente a uno o más alumnos, la Universidad deberá reintegrar a los respectivos alumnos y/o Institución la totalidad de las sumas que hubieren pagado.

Una vez suscrito el presente convenio, las partes acuerdan establecer los plazos en que cada una de las acciones comprometidas se ejecutarán.

Para la coordinación y el control de cada una de las gestiones necesarias para el logro de los objetivos planteados, tanto la Institución como la Universidad designarán una contraparte técnica.

#### **QUINTO: EVENTOS PÚBLICOS.**

Atendida la situación sanitaria por la que atraviesa el país, no habrá eventos públicos que se realicen en el marco de la ejecución del presente Convenio.

#### **SEXTO: PROPIEDAD INTELECTUAL.**

Las partes acuerdan que todos los productos, servicios, creaciones intelectuales y demás obras del ingenio que se originen o resulten a causa o con ocasión, directa o indirecta de la organización, implementación o realización de las clases o talleres del Diplomado, serán de propiedad de la persona y/o institución que las haya desarrollado, debiendo otorgar el reconocimiento correspondiente a quienes hayan intervenido. En este sentido, no podrán ser reproducidos, replicados o utilizados para otras actividades que no guarden relación con los fines académicos del mismo.

#### **SÉPTIMO: RESPONSABILIDAD CIVIL.**

Las partes acuerdan que no tendrán responsabilidad civil por los daños y perjuicios ocasionados por causas de fuerza mayor y/o caso fortuito, que pudieran impedir el normal desarrollo del Diplomado materia del presente Convenio, en especial en lo que respecta a la suspensión de clases. Sin perjuicio de lo anterior, una vez superadas las circunstancias que las interrumpieron y previo acuerdo de la forma y términos, éstas se reanudarán.

#### **OCTAVO: VIGENCIA DEL CONVENIO.**

El presente convenio entrará en vigencia desde la fecha de suscripción y durará hasta la completa ejecución de todas las acciones que se relacionen con la organización y completo desarrollo del Diplomado.

Sin perjuicio de lo anterior, en ningún caso su vigencia se podrá extender más allá del día 28 de febrero del año 2021.

#### **NOVENO: MODIFICACIONES AL CONVENIO.**

El presente convenio podrá ser modificado por voluntad de las partes mediante la suscripción de un anexo del presente instrumento, el que pasará a formar parte de éste para todos los efectos legales. Dichas modificaciones obligarán a las instituciones, desde la fecha de suscripción de dicho anexo.

#### **DÉCIMO: TÉRMINO ANTICIPADO DEL CONVENIO.**

Los desacuerdos que se presenten entre las partes deberán resolverse de consuno por intermedio de las contrapartes técnicas, en el plazo que ellas mismas fijen para ello.

Las partes podrán poner término anticipado al presente Convenio, previo acuerdo escrito y firmado por los representantes de las respectivas instituciones.

Asimismo, el incumplimiento grave por alguna de las partes de las obligaciones que les son propias facultará a la otra a poner término unilateral al Convenio, lo que deberá notificarse al otro interviniente del convenio mediante carta certificada remitida al domicilio consignado en este documento, a más tardar dentro del décimo día hábil contado desde que se produjo el incumplimiento.

Se entenderá como incumplimiento grave de las obligaciones pactadas en el presente convenio, las que impidan la realización del Diplomado o su correcto desarrollo. Esta calificación deberá ser hecha por las contrapartes técnicas.

#### **DÉCIMO PRIMERO: DOMICILIO.**

Las partes fijan su domicilio en la ciudad y comuna de Santiago.

#### **DÉCIMO SEGUNDO: PERSONERÍAS.**

La personería de don Jorge Abbott Charme como Fiscal Nacional del Ministerio Público, consta en Decreto Supremo N°792, del Ministerio de Justicia de 26 de octubre de 2015, publicado en el Diario Oficial de 23 de noviembre de 2015.

La personería de doña María Loreto Massanés Vogel para representar a la Pontificia Universidad Católica de Chile, en su calidad de Vicerrectora Económica, consta en escritura pública de fecha 1° de abril de 2020, otorgada ante la Notario Público de Santiago doña Valeria Ronchera Flores.

### **DÉCIMO TERCERO: FIRMA Y COPIAS.**

El presente convenio se firma en cuatro ejemplares de igual tenor y data, quedando dos en poder de cada una de las partes.



**JORGE ABBOTT CHARME**  
**FISCAL NACIONAL**  
**MINISTERIO PÚBLICO**

**MARÍA LORETO MASSANÉS VOGEL**  
**VICERRECTORA ECONÓMICA**  
**PONTIFICIA UNIVERSIDAD**  
**CATÓLICA DE CHILE**

## ANEXO N°1

### OBLIGACIONES DEL MINISTERIO PÚBLICO

Por el presente instrumento, el **MINISTERIO PÚBLICO**, organismo autónomo, R.U.T. N°61.935.400-1, representado por su Fiscal Nacional, don Jorge Abbott Charme, chileno, cédula nacional de identidad N°5.982.815-0, ambos domiciliados en calle Catedral N°1437, comuna y ciudad de Santiago, en adelante “**el Ministerio**” o “**la Institución**”; se compromete a dar cumplimiento a las acciones que se pasan a indicar, para efectos del diseño, organización y ejecución del “Diplomado en Comunicación Estratégica Público-Privada”, en adelante “**el Diplomado**”, en los términos y condiciones que a continuación se detallan:

1. Colaborar con la determinación de los contenidos temáticos y de los docentes nacionales que participarán en el Diplomado.
2. Determinar, en base a criterios internos, los participantes del Diplomado, resguardando que se trate de profesionales y/o licenciados universitarios del ámbito de las humanidades, que se desempeñen actualmente en el Ministerio Público en calidad de fiscales o funcionarios.
3. Facilitar la postulación a un máximo de 30 becas internas del Ministerio Público para el financiamiento del Diplomado y 5 adicionales de autofinanciamiento, y proveer oportunamente la nómina de seleccionados conforme a los criterios institucionales a efectos de proceder a su matrícula.
4. Facilitar las comunicaciones y participación de los seleccionados en las actividades del programa de manera de contribuir al logro de los objetivos del mismo y los del presente convenio.
5. Pagar, una vez emitida y recibida conforme la respectiva factura y una vez concluidas las actividades y de acuerdo con la nómina de seleccionados indicada en el punto 3, la suma correspondiente a la contribución en forma de beca institucional, para cada uno de los participantes becados. Tal como se ha señalado, la suma ascenderá a \$585.000 (quinientos ochenta y cinco mil pesos) exentos de IVA, por participante y se efectuará en un pago. Se hace presente que el Ministerio Público becará a un máximo de 30 personas.

Para efectos de coordinación y control de las obligaciones antes señaladas, el Ministerio Público designa como contraparte técnica a doña Verónica Cerda Fajardin, Directora de la Unidad de Comunicaciones de la Fiscalía Nacional del Ministerio Público.



  
Este documento ha sido firmado digitalmente

**Jorge Abbott Charme**  
**Fiscal Nacional**

## Ministerio Público

### ANEXO N°2

#### OBLIGACIONES DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

A través del presente instrumento, la **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE**, R.U.T N°81.698.900-0, representada por su Vicerrectora Económica, doña María Loreto Massanés Vogel, chilena, cédula nacional de identidad N°10.538.091-7, ambos domiciliados en Avenida Bernardo O'Higgins N°340, comuna y ciudad de Santiago, en adelante "**la Universidad**"; se compromete a dar cumplimiento a las acciones que se pasan a indicar, para efectos del diseño, organización y ejecución del "Diplomado en Comunicación Estratégica Público-Privada", en adelante "**el Diplomado**", en los términos y condiciones que a continuación se detallan:

1. Diseñar el programa académico y seleccionar a los docentes que participarán en el Diplomado, considerando los lineamientos acordados con el Ministerio Público.
2. Designar como coordinador del Programa del Diplomado a un miembro de la Universidad, que cumpla, entre otras, las siguientes funciones:
  - a. Definir los siguientes aspectos del programa académico: Contenidos, metodología, cronograma, distribución de horas y requisitos de admisión y aprobación;
  - b. Participar de la definición de criterios e instrumentos con sus ponderaciones del sistema de evaluación de aprendizajes;
  - c. Resolver los problemas de índole académico que se presenten durante el desarrollo del Diplomado, como la aprobación o reprobación de alumnos de acuerdo a justificaciones específicas, entre otros;
  - d. Llevar la relación con los alumnos respecto a cualquier tema administrativo que pueda surgir y poner a su disposición los materiales de estudio;
  - e. Habilitar las condiciones apropiadas para la implementación de videoclases a distancia en tiempo real, su ejecución y supervisión.
  - f. Habilitar un sitio web del Diplomado, donde los alumnos puedan acceder a los materiales, clases, a las evaluaciones académicas y a las encuestas de satisfacción, entre otras cosas, así como una plataforma virtual para que permita supervisando su uso funcional de acuerdo al programa;
  - g. Otorgar a los alumnos del Diplomado acceso a la Biblioteca de Derecho y Comunicaciones en el campus Casa Central de la Universidad Católica;
  - h. Informar al Ministerio Público, la asistencia y calificaciones obtenidas por cada uno de los participantes en el Diplomado.
3. Desarrollar las tareas propias de la administración del Diplomado, tales como trámites de inscripción, recepción de los pagos por parte de los alumnos y el pago a proveedores por los servicios y montos convenidos, incluido el pago oportuno de los honorarios de los docentes que participen del Diplomado, según corresponda.
4. Tramitar la aprobación oficial del programa.



5. Elaborar y financiar los diplomas de los alumnos que certifiquen la realización del Diplomado y el cumplimiento de los requisitos para la titulación.
6. Definir los instrumentos de evaluación, los criterios, las ponderaciones y el sistema de evaluación de aprendizajes.
7. Velar por los aspectos administrativos relacionados con el control de asistencia de los alumnos.
8. Efectuar el cobro de los pagos por el Diplomado, correspondiente a los alumnos y el monto de la beca institucional al Ministerio Público.

Para efectos de coordinación y control de las obligaciones antes señaladas, la Universidad designa como contraparte técnica a Pablo Julio Pohlhammer, Director de Desarrollo de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica.

**María Loreto Massanés Vogel**  
**Vicerrectora Económica**  
**Pontificia Universidad Católica de Chile**

## ANEXO N°3

### PROGRAMA DIPLOMADO

#### “COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PÚBLICO-PRIVADA”

##### PRESENTACIÓN

El diploma está orientado a profesionales a cargo de gestionar iniciativas y proyectos públicos-privados complejos desde una perspectiva comunicacional. Para ello entrega herramientas y desarrolla habilidades estratégicas, comunicacionales y de inteligencia competitiva con énfasis en la comprensión y uso de medios sociales. Aplica el concepto de *diplomacia corporativa* para procurar un relacionamiento armonioso y ético entre organizaciones públicas y privadas, medios de comunicación (tradicionales, propios y sociales), ciudadanía y otros *stakeholders* relevantes, y anticipar conflictos y disrupciones en esa relación.

##### DESCRIPCIÓN

La crisis por pérdida de legitimidad y de confianza ante públicos relevantes o *stakeholders*, aquellos actores con el poder de destruir o de hacer prosperar a instituciones, empresas o proyectos, va en aumento. Independiente de las causas, el quiebre de expectativas sociales - crisis reputacional- es uno de los riesgos corporativos más formidables. Las concesiones de obras públicas, gran minería, proyectos energéticos o de recursos hídricos, concitan un alto potencial de conflicto

Dada la multiplicidad de actores e intereses en juego, los que interactúan permanentemente con diferentes órganos del Estado. Algo similar ocurre con el funcionamiento de los poderes del Estado y muchos servicios públicos. Lo anterior justifica la capacitación en habilidades para armonizar intereses legítimos y múltiples según parámetros éticos y sustentables.

Este diploma recurre a un repertorio de especialidades relacionadas: pensamiento estratégico, ciencias de la comunicación (incluyendo comunicación estratégica, de crisis, de riesgo, comunicación y salud), inteligencia competitiva, reputación corporativa y gestión de medios sociales. Eso permite anticiparse y enfrentar disrupciones del entorno de *stakeholders* en proyectos complejos públicos-privados aplicando las herramientas señaladas con foco comunicacional efectivo. Procura así conseguir una relación armoniosa con los involucrados, la actuación de organismos públicos, sus competencias y atribuciones, modelos de negocio e intereses sociales respectivos.

Aborda temáticas como mapeo de *stakeholders e issues*, gestión reputacional y del riesgo asociado, prevención y gestión de crisis derivadas de conflictos sociales u otros relativos a

los intereses de las comunidades y estrategias comunicacionales 2.0. También considera a los medios y tecnologías necesarias para el monitoreo del entorno social y *engagement* con los públicos de interés.

La metodología prepara paulatinamente al alumno mediante clases teóricas y evaluaciones periódicas para enfrentar y resolver casos reales en modalidad de talleres aplicados, con la participación y testimonio de directivos y otros protagonistas relevantes.

## OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Diagnosticar adecuadamente los problemas comunicacionales que afectan a proyectos e iniciativas público-privadas.
- Diseñar estrategias y planes de acción pertinentes a los problemas comunicacionales detectados aplicando medios y tecnologías desde una perspectiva táctico-estratégica.
- Aplicar los fundamentos y herramientas comunicacionales necesarias para optimizar la gestión estratégica de proyectos e iniciativas públicos-privadas complejas y de alto impacto social.

## ESTRUCTURA CURRICULAR

Curso 1: <i>Stakeholders, issues y crisis</i>  05 créditos	Curso 2: Uso de medios sociales en organizaciones  05 créditos	Curso 3: Estrategia, entorno y <i>engagement</i>  05 créditos	Curso 4: Diplomacia corporativa  05 créditos
---	---	--	---

## DESGLOSE DE CURSOS

### Nombre del curso 1: *Stakeholders, issues, crisis*

#### Nombre en inglés:

*Stakeholders, issues, crisis*

#### Horas cronológicas:

25

#### Créditos:

5

### **Resultados del Aprendizaje:**

Al finalizar este curso los/as estudiantes debieran ser capaces de:

- Comprender el entorno de *stakeholders* y de *issues* de proyectos públicos-privados complejos y de alto impacto social.
- Aplicar los principales métodos de gestión de *stakeholders* y de *issues* con el fin de prevenir disrupciones, negociar conflictos y enfrentar crisis reputacionales de proyectos públicos-privados complejos.
- Diseñar modos de relacionamiento beneficiosos con los públicos de interés de proyectos públicos-privados, acorde a la ética y las normativas vigentes.

### **Contenidos:**

- UNIDAD 1: Stakeholders
  - Factores que condicionan la relación entre lo público, lo privado, lo ciudadano.
  - Principales actores involucrados en proyectos complejos públicos-privados.
  - Dilema realidad/percepciones. Puntos ciegos.
  - Análisis, caracterización, mapeo y jerarquización de *stakeholders* en proyectos públicos y privados.
- UNIDAD 2: Issues
  - Reputación y legitimidad social de organizaciones.
  - Issues y riesgos sociales.
  - Simbiosis mutualista vs depredación: *stakeholders* colaborativos y hostiles.
  - Análisis, caracterización, mapeo y jerarquización de *issues* de proyectos públicos y privados.
- UNIDAD 3: Crisis
  - Crisis convencionales y crisis 2.0.
  - Modelos de respuesta (social-mediated crisis communication model; SMCC).
  - Protocolos y gestión de crisis reputacionales.
  - Cómo entender una crisis 2.0.
  - Los canales digitales y plataformas para gestionar crisis.

### **Metodología de enseñanza y aprendizaje:**

- Clases expositivas.
- Lectura y discusión de textos.
- Análisis de caso.
- Taller grupal de resolución de caso práctico.
- Charla y debate con experto.

### **Evaluación de los aprendizajes:**

- Controles de lectura y teóricos (50%).
- Trabajo grupal de análisis de caso práctico en relación *stakeholders*, *issues* y crisis (50%).

### **Nombre del curso 2: Uso de medios sociales en organizaciones**

**Nombre en inglés:**

*Use of social media in organization*

**Horas cronológicas:**

25

**Créditos:**

5

**Resultados del Aprendizaje:**

Al finalizar este curso los/as estudiantes debieran ser capaces de comprender la relevancia del enfoque de redes sociales online para el fortalecimiento de la gestión de las organizaciones que implementan estrategias de comunicación.

**Contenidos:**

- UNIDAD 1: Principios básicos de las redes sociales
  - Principios de las redes sociales.
  - El usuario como ente social en un mundo de redes.
  - Diseñando y manteniendo comunidades virtuales.
- UNIDAD 2: Redes sociales como mecanismo de comunicación interna
  - Comunicación interna y redes sociales.
  - Desarrollo de una identidad social.
  - Casos de éxito y extracción de principales principios.
- UNIDAD 3: Estrategias de comunicación de redes sociales en organizaciones
  - Casos de éxito y extracción de principales principios.

**Metodología de enseñanza y aprendizaje:**

- Clases expositivas con uso de tecnologías.
- Lectura y discusión de textos.
- Visionado de videos.
- Ejercicios con uso de tecnologías.
- Análisis de casos.
- Taller grupal de resolución de caso práctico.
- Charla y debate con experto.

**Evaluación de los aprendizajes:**

- Tres controles de lectura y teóricos (50%).
- Trabajo grupal de redes sociales en una organización (50%).

**Nombre del curso 3: Estrategia, entorno y engagement****Nombre en inglés:**

*Strategy, social context, engagement*

**Horas cronológicas:**

**Créditos:**

5

**Resultados del Aprendizaje:**

Al finalizar este curso los/as estudiantes debieran ser capaces de:

- Aplicar métodos para diagnosticar problemas comunicacionales en torno a proyectos complejos del ámbito público-privado.
- Diseñar estrategias y planes de acción pertinentes a los problemas comunicacionales detectados.
- Diseñar propuestas innovadoras para mejorar y/o implementar sistemas de relacionamiento y comunicación público-privados con sus *stakeholders* relevantes.
- Aplicar medios y tecnologías para gestionar el racionamiento/*engagement* con los públicos de interés relevantes desde una perspectiva táctico-estratégica.

**Contenidos:**

- UNIDAD 1: Diagnóstico estratégico
  - Análisis macro, meso y micro de proyectos complejos del ámbito público-privado.
  - Metodologías de diagnóstico: Marco Lógico, PESTLE, otras.
  - Puntos ciegos propios y ajenos.
  - Árboles de problemas y soluciones.
- UNIDAD 2: Diseño estratégico del *engagement*
  - Modelo de negocio, mandato legal y/o factores políticos-ideológicos.
  - Árboles de soluciones.
  - Estrategia de comunicaciones, planes de acción y tareas.
  - Las “tribus” y sus protocolos. *Lobby* y la relación público-privada.
  - El “trébol de los medios”.
- UNIDAD 3: Redes sociales como mecanismo de comunicación externa y *engagement*
  - e-WOM y viralización.
  - Campañas y principales métricas en redes sociales.
  - La aplicación de teorías narrativas de persuasión a CMC.
  - Marketing Social.

**Metodología de enseñanza y aprendizaje:**

- Clases expositivas.
- Lectura y discusión de textos.
- Análisis de casos.
- Taller grupal de resolución de casos prácticos.
- Charla y debate con experto.

**Evaluación de los aprendizajes:**

- Tres controles de lectura y teóricos (50%).

- Trabajo grupal: diagnóstico y diseño de estrategia de comunicación de proyecto de alto impacto público-privado (50%).

#### **Nombre del curso 4: Diplomacia corporativa**

##### **Nombre en inglés:**

*Corporate Diplomacy*

##### **Horas cronológicas:**

25

##### **Créditos:**

5

##### **Resultados del Aprendizaje:**

Al finalizar este curso los/as estudiantes debieran ser capaces de:

- Gestionar exitosamente proyectos e iniciativas públicas-privadas complejas y de alto impacto aplicando los principales aspectos comunicacionales.
- Aplicar herramientas y conocimientos para estructurar y dirigir las comunicaciones de iniciativas público-privadas al más alto nivel, según el concepto de diplomacia corporativa.
- Desarrollar KPIs comunicacionales pertinentes para la gestión estratégica de proyectos público-privados.

##### **Contenidos:**

- UNIDAD 1: Diplomacia corporativa
  - Integración conceptual: estructura de la función de comunicación estratégica.
  - *Due diligence*, actitud, aprendizaje, comunicación para la confianza, cultura organizacional.
  - Consideraciones éticas.
- UNIDAD 2: Métodos y técnicas de prospección del entorno
  - Riesgo reputacional, riesgo competitivo.
  - El ciclo de la inteligencia competitiva.
  - Principales técnicas: puntos ciegos, análisis de escenarios.
  - Fuentes de datos.
- UNIDAD 3: Diseño de KPIs para estrategias y procesos de comunicación
  - Estrategia y KPIs.
  - KPIs estratégicos, operativos y tácticos.
  - Fuentes de datos, métodos de medición, niveles y reportes.

##### **Metodología de enseñanza y aprendizaje:**

- Clases expositivas.
- Lectura y discusión de textos.
- Análisis de casos.
- Taller grupal de resolución de casos prácticos.

- Charla y debate con experto.

**Evaluación de los aprendizajes:**

- Tres controles de lectura y teóricos (50%).
- Trabajo grupal de prospección y definición de indicadores (50%).

**JEFE DE PROGRAMA**

Sergio Godoy Etcheverry.

**EQUIPO DOCENTE****Eduardo Arriagada Cardini**

Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile. MBA, Instituto de Empresa de Madrid. Ex decano de la Facultad de Comunicaciones UC, ex Director General de Comunicaciones de la Universidad Católica y Gerente de Comunicaciones del Banco Central. Especialista en industria informativa y el manejo empresarial de los medios de comunicación masivos, especializándose en los diarios y redes sociales. Es activo en Twitter y en la plataforma Medium. Premio iRedes 2016 del Congreso Iberoamericano de Redes Sociales de España y consultor de medios nacionales y extranjeros.

**Patricio Dusillant Balbontín**

Doctor en Comunicación Pública, Universidad de Navarra (España). PADE (Programa de Alta Dirección de Empresas), ESE, Escuela de Negocios de la Universidad de los Andes. Abogado y Licenciado en Derecho, Pontificia Universidad Católica de Chile. Consultor de empresas y experto en gestión de crisis comunicacionales, comunicación política, opinión pública y medios. Ex decano de Comunicaciones de la Universidad de Los Andes.

**Sergio Godoy Etcheverry**

Doctor en Comunicaciones de la Universidad de Westminster de Londres y MBA de la Universidad de Exeter, Inglaterra. Especializado en Inteligencia Competitiva por la Academy of Competitive Intelligence y Gestión de Reputación Corporativa por el Reputation Institute. Periodista UC. Director Ejecutiva del Plan de Magísteres de Comunicación Social de la Facultad de Comunicaciones UC. Senior Research Fellow del Centel for the Digital Future de la Universidad de Southern California.

**Eduardo Opazo Preller**

MBA, Universidad Adolfo Ibáñez y AMP de IESE, Barcelona. Ex Director de Comunicación y Asuntos Corporativos de Banco Santander de Chile, Latinoamérica y Madrid, España. Ex Vicepresidente de Asuntos Corporativos de LAN Airlines. Actualmente combina consultoría con enseñanza en comunicaciones estratégicas en la Facultad de Comunicaciones, La Clase Ejecutiva, MBA y el Centro de Gobierno Corporativo UC.



## METODOLOGÍA DE TRABAJO ACADÉMICO

### Modalidad:

Online.

### Duración:

4 meses.

### Trabajo remoto por curso:

Dedicación semanal promedio de 5 horas.

### Calendario:

Calendario Diploma Fiscalía: Gestión De Comunicaciones Y Contingencias Público-Privadas				
Versión al 19 de junio 2020				
Lunes = L; Martes = M; Miércoles = W, Jueves = J, Viernes = V				
Fecha	Horario	Dedicación (horas)	Curso	Profesor
V 4 sept	09 a 13	4	Clase inicial; comunicación y contingencias en lo público-privado	Todos
V 11 sept	Libre	6	Stakeholders, issues y crisis	P Dusillant
W 16 sept	Libre	6	Uso medios sociales en organizaciones	E Arriagada
V 25 sept	Libre	5	Stakeholders, issues y crisis	P Dusillant
V 2 oct	Libre	5	Uso medios sociales en organizaciones	E Arriagada
V 9 oct	Libre	5	Stakeholders, issues y crisis	P Dusillant
V 16 oct	Libre	5	Uso medios sociales en organizaciones	E Arriagada
L 19 oct	09 a 13	4	Uso medios sociales en organizaciones (Taller intensivo, parte 1)	E Arriagada
M 20 oct	09 a 13	4	Uso medios sociales en organizaciones (Taller intensivo, parte 2)	E Arriagada
J 22 oct	09 a 13	4	Stakeholders, issues y crisis (Taller intensivo, parte 1)	P Dusillant
V 23 oct	09 a 13	4	Stakeholders, issues y crisis (Taller intensivo, parte 2)	P Dusillant
L 26 oct	Libre	6	Estrategia, entorno, engagement	S Godoy – E Opazo
V 30 oct	Libre	5	Estrategia, entorno, engagement	S Godoy – E Opazo
V 6 nov	Libre	5	Estrategia, entorno, engagement	S Godoy – E Opazo
L 9 nov	09 a 13	4	Estrategia, entorno, engagement (taller intensivo, parte 1)	S Godoy – E Opazo
M 10 nov	09 a 13	4	Estrategia, entorno, engagement (taller intensivo, parte 2)	S Godoy – E Opazo
V 20 nov	Libre	6	Diplomacia corporativa	S Godoy – E Opazo
V 27 nov	Libre	5	Diplomacia corporativa	S Godoy – E Opazo
V 4 dic	Libre	8	Diplomacia corporativa	S Godoy – E Opazo
J 10 dic	09 a 13	4	Diplomacia corporativa (taller intensivo, parte 1)	S Godoy – E Opazo
V 11 dic	09 a 13	4	Diplomacia corporativa (taller intensivo, parte 2)	S Godoy – E Opazo
Total horas		100		

Nota: en los horarios marcados como libre, el material grabado quedará disponible en la fecha indicada. Cinco días después se tomará una evaluación que podrá responderse en un plazo de 24 horas.

## REQUISITOS DE APROBACIÓN

A) Mínimo de asistencia de 75% en cada uno de los cursos.

B) Requisito académico: aprobar todas las evaluaciones del curso respectivo con nota mínima 4,0.

El promedio final del Diplomado será el promedio de la nota final de cada curso con las siguientes ponderaciones, en una escala de 1,0 a 7,0:

Curso 1: 25%

Curso 2: 25%

Curso 3: 25%

Curso 4: 25%

Los alumnos que aprueben las exigencias del programa y aprueben los cuatro cursos recibirán un certificado de aprobación del Diplomado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

## **INFORMACIÓN GENERAL**

### **Fechas:**

Según calendario de la página 17, pudiendo haber modificaciones de fechas o docentes por razones de fuerza mayor.

### **Duración:**

100 horas cronológicas.

### **Créditos:**

20.

### **Lugar de realización:**

Online

### **Valor diploma:**

\$1.170.000.-

## **PROCESO DE ADMISIÓN**

Los interesados deberán completar la ficha de postulación que se encuentra en <http://www.educacioncontinua.uc.cl/> y enviar los siguientes documentos a Mauricio Arias al correo [moarias@uc.cl](mailto:moarias@uc.cl):

- Currículum vitae actualizado.
- Copia simple de título o licenciatura.
- Fotocopia simple del carnet de identidad por ambos lados.
- Fotografía digital tipo carnet.

Los postulantes que reúnan los requisitos indicados serán contactados para asistir a una entrevista personal.

### **INFORMACIONES Y CONTACTO**

Mauricio Arias

Facultad de Comunicaciones UC

Alameda 340, 3° piso.

Teléfono: 2 2354 9033

Email: moarias@uc.cl

[www.uc.cl/fcom/www.educacioncontinua.uc.cl](http://www.uc.cl/fcom/www.educacioncontinua.uc.cl)

### **OFICINA DE INFORMACIONES Y MATRÍCULAS**

Centro de extensión UC

Alameda 390, 1° piso, teléfono: 2 2354 6500

Horario continuado: 09:00 a 18:30 horas.

Certificado de firmas electrónicas: E08402C24-6E94-4357-A3D2-538264881C63

Firmado por

Firma electrónica

Loreto Massanés  
CHL 105380917  
mlmassan@uc.cl

Sello de tiempo GMT-3: 2020-07-31T12:28:17.928  
Identificador único de firma: 3E8ED25D-70BE-459D-BFFC-0859B151DF34