

PLAN REVÁLIDAS

MDES + MDC
2020

DOBLE TITULACIÓN

Los egresados del Máster en Dirección de Empresas de Salud podrán acceder al título de Magíster en Dirección de Comunicación con la aprobación de 10 cursos + un plan estratégico de comunicación.

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

El avance de la tecnología de la información, sumado a una complejidad mayor en la gestión empresarial en un mundo más competitivo ha hecho de la comunicación un instrumento ineludible para todas las áreas del management.

Las organizaciones tienen la necesidad de desarrollar esta gestión desde la alta dirección y en muchos casos se concreta en la figura de un “Director de Comunicación”, o DIRCOM. Esta gestión requiere entender todas las áreas de trabajo con una mirada global. Se desarrolla con amplitud y profundidad al mismo tiempo ya que el trabajo de gestionar la comunicación debe considerar las expectativas de todos los públicos.

ÁREAS DE INTERÉS

Marketing

La comunicación al servicio de las ventas de un producto o servicio. Dentro de esta área, la publicidad ha cobrado importancia y autonomía porque requiere profundizar en aspectos específicos relacionados a la persuasión del consumidor. Asimismo, conforma una industria con gran inversión y que está directamente involucrada con los últimos avances de la tecnología de la información.

Comunicación Interna

Es un área de trabajo vinculada fuertemente a la gestión del personal y a las políticas de dirección de personas. El primer objetivo es lograr el involucramiento de los colaboradores en el negocio, un aspecto esencial de la alta dirección. La comunicación, en este sentido, coopera con el cumplimiento de objetivos operativos, estratégicos y motivacionales.

Asuntos Públicos

En esta área de gestión el foco está puesto en la organización como un actor social en un contexto político, cultural, económico y social. La actividad que se desarrolle tendrá como objetivo aumentar el consenso con los stakeholders en su sentido más amplio. Asimismo, está orientada a trabajar en la prevención de situaciones de disenso, como son los conflictos, escándalos o las crisis. Finalmente, queda comprendida en esta visión también la comunicación desde la visión de la responsabilidad social empresarial.

HORARIO DE CLASE

Jueves de 14:00 a 19:45 horas

- 1) 14:00 a 15:15
- 2) Descanso
- 3) 15:30 a 16:45
- 4) Descanso
- 5) 17:00 a 19:45

CURSOS OBLIGATORIOS

- Asuntos Públicos
- Comunicación Interna
- Investigación para la Toma de Decisiones en Comunicación
- Noticias, Medios y Opinión Pública
- Comunicación Digital
- Comunicación Política
- Gestión del Discurso Público
- Taller de Argumentación Oral y Escrita
- Estrategia de Identidad de Marca
- Management y Comunicación
- Plan Estratégico - Memoria Final

CLAUSTRO

- **AMADEO, Belén** - Doctora en Comunicación Pública, Universidad de Navarra. Profesora titular de Opinión Pública en la Universidad de Buenos Aires. Profesora de Comunicación Política y Sistemas Políticos Contemporáneos.
- **ÁVALOS, Carlos** - Máster en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones, Universidad Austral. Profesor de Identidad Visual y Estrategia de Imagen Corporativa en la Escuela de Postgrados en Comunicación de la Universidad Austral.
- **CANNATA, Juan Pablo** - Máster en Sociología, FLASCO, Buenos Aires. Profesor adjunto en Sociología de la Comunicación, Análisis de la Política, de Relaciones con la Prensa, y de Teoría de la Comunicación en cursos de grado y postgrado de la Universidad Austral.
- **DURLACHER, Andrea** - Licenciada en Comunicación, Universidad de Montevideo. Máster en Ciencias Humanas (tesis en proceso), Universidad de la República. Profesora de Análisis y Producción de Textos Científicos, Documentación y Comunicación Profesional en la Universidad de Montevideo.
- **ELIZALDE, Luciano** - Doctor en Comunicación, Universidad de la Laguna, Canarias, España. Máster en Ciencias Sociales, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Profesor de Asuntos Públicos y Comunicación de Crisis.
- **NOVARESE, Carina** - Licenciada en Comunicación, Universidad Católica del Uruguay. Profesora de Comunicación Digital. Gerente de Contenidos Digitales de El Observador.
- **ROCCA, María Inés** - Licenciada en Comunicación Social, Universidad Católica del Uruguay. Postgraduada en Cambio Organizacional (en curso), Universidad Católica del Uruguay. Directora en BW Comunicación Interna. Profesora de Comunicación Interna en Universidad de Montevideo.
- **RICARDO KECHICHIAN** - MBA y Lic. en Administración de empresas. Profesor de marketing con especialización en emprendedurismo e innovación.
- **SUPERVIELLE, Daniel** - Licenciado en Comunicación Social, Universidad Católica del Uruguay. Máster en Comunicación Política (en curso), Universidad de la República. Profesor de Comunicación Radiofónica en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Montevideo.
- **DE LA CIERVA YAGO** - Doctor en Filosofía, Lic. en Derecho, profesor de Comunicación de crisis y Comunicación organizacional en IESE (Universidad de Navarra), profesor invitado en Universidad de Piura, Universidad de la Sabana, Universidad de Montevideo.
- **PATRICIA SCHROEDER** - Actualmente cursa programa doctoral en comunicación, profesora de Comunicación estratégica y Comunicación de crisis. Directora de la Maestría en Dirección de Comunicación

COSTOS

Matrícula \$ 83.376

90% Descuento egresados
MDES afiliados AAIEEM **\$8.338**

Saldo \$241.467

30% descuento egresados MDES
afiliados AAIEEM **\$169.027**





Más información:

mdc@um.edu.uy

Tel.: +(598) 2707 44 61 int. 203