

PLAN REVÁLIDAS

# MDES+MDC

• 2022 •

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN





# DOBLE TITUACIÓN

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

Nuevos horarios:



Martes de 17:00 a 20:00 h  
Modalidad virtual



Jueves de 17:00 a 20:00 h  
Modalidad presencial



## 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**

Aragón, Santiago Magíster en Gestión en la Comunicación de las Organizaciones, Lic. en Periodismo por la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ) y Diplomado en Comunicación Política, por la Universidad Austral.

## **CANNATA, JUAN PABLO**

Candidato a Doctor en Comunicación. Máster en Sociología, FLASCO, Buenos Aires. Lic. en Comunicación, Universidad Austral.

## **DEL RÍO, JORGE**

Licenciado en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Navarra. Es Doctor en Comunicación (2002) y Profesor Titular de Publicidad en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, y tiene una experiencia docente de 14 cursos académicos en las áreas de la Publicidad y Creatividad.

## **ELIZALDE, LUCIANO**

Doctor en Comunicación, Universidad de la Laguna, Canarias, España. Máster en Ciencias Sociales (orientación Sociología), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Profesor de las materias Asuntos Públicos y Comunicación de Crisis, Opinión Pública, MECOS y Espacios Públicos, Teoría General de la Información, Metodología de la Investigación Científica, Teoría de la Comunicación y de Sociología de la Comunicación Pública en la Universidad Austral.

## **NOVARESE, CARINA**

Licenciada en Comunicación, Universidad Católica del Uruguay. 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. Socia Directora en BW Comunicación Interna, Uruguay. Docente de Comunicación Interna en Universidad de Montevideo.

## **KECHICHIAN RICARDO**

MBA y Lic. en Administración de empresas. Profesor de marketing con especialización en emprendedurismo en 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, VACO**

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.

## **SCHROEDER, PATRICIA**

Máster en Gestión de Comunicación en las Organizaciones, Universidad Austral. Titular de cátedra de Comunicación Estratégica. Profesora de Comunicación Estratégica I y II en la Facultad de Comunicación y de Comunicación de Crisis en maestrías de la Universidad de Montevideo.

# COSTOS

**Matrícula**

\$89.212

**90% egresados**

\$8.922

**Saldo**

\$273.872

**30% descuento egresados  
MDES afiliados AAIEEM**

\$191.711

**15% descuento egresados  
MDES no afiliados**

\$232.790



## MÁS INFORMACIÓN

[mdc@um.edu.uy](mailto:mdc@um.edu.uy) - (+598) 2707 4461 int 203