



DECRETO EXENTO Nº 025/16

REF.: Modificación del Nombre, Programa y Plan de Estudio del "Magíster en Liderazgo, Dirección Estratégica y Comunicación en las Organizaciones".

LA SERENA, 13 de enero de 2016.



VISTOS: El D.F.L. Nº 12, de 10 de marzo de 1981, del Ministerio de Educación, que crea la Universidad de La Serena; las facultades establecidas en los artículos 11º Nº 2 y 12º letras a) c) y n) del D.F.L. Nº 158, de 11 de diciembre de 1981, que aprueba el Estatuto de la Corporación; el Decreto Nº 418, de 17 de octubre de 2015, del Ministerio de Educación, la Resolución Nº 1600, de 30 de octubre de 2008, de la Contraloría General de la República, que establece normas sobre la exención del trámite de toma de razón, y

CONSIDERANDO:

1. Lo informado por el Consejo Académico de la Corporación, en la Sesión Ordinaria Nº 10/2015 de fecha 02 de diciembre de 2015.

2. Lo aprobado por la Junta Directiva de la Universidad de La Serena, en la Sesión Ordinaria Nº 10/2015 de fecha 18 de diciembre de 2015.

DECRETO:

1. Modifíquese el Plan de Estudios del Magíster en Liderazgo, Dirección Estratégica y Comunicación en las Organizaciones", el cual cambia a lo siguiente:

Nombre del Programa	: "Magíster en Liderazgo, Dirección y Comunicación Estratégica".
Grado Académico	: "Magíster en Liderazgo, Dirección y Comunicación Estratégica".
Postítulo Académico	: "Diplomado en Liderazgo, Dirección y Comunicación Estratégica".
Duración	: 4 Semestres.
Créditos	: 60 Créditos Transferibles.
Régimen	: Semestral.
Modalidad	: Presencial.
Jornada	: Diurna.
Dirección del Programa	: Dra. Luperfina Rojas Escobar.
Coordinador del Programa	: Mg. Jorge Fernández Labra

I. Objetivos Generales.

- Fortalecer competencias profesionales, en los ámbitos del liderazgo, la dirección y la comunicación estratégica de organizaciones tanto públicas como privadas, que permitan potenciar a los egresados del programa como líderes organizacionales y sociales, de tal manera de incrementar sus capacidades para detectar las oportunidades de mercado, diseñar estrategias competitivas, analizar información para una correcta toma de decisiones, generar ofertas que agreguen valor a las organizaciones y gestionar la comunicación como soporte estratégico que permita crear una interacción eficaz entre las organizaciones y sus entornos.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar competencias de análisis para el diseño, planificación e implementación de procesos de dirección estratégica.
- Desarrollar competencias directivas para, a través del desarrollo del liderazgo efectivo, aplicar conocimientos y metodologías adquiridas para la oportuna identificación y resolución de problemas en entornos complejos y dinámicos.
- Aportar, a través de la comunicación efectiva, a la generación y consolidación de valor económico y liderazgo social y socialmente responsable de las organizaciones.
- Desarrollar capacidades metodológicas para la elaboración de un proyecto de grado.

II. Perfil del Egresado del Programa.

- Desarrolla habilidades directivas y analíticas, que le permiten abordar, de forma estratégica, la gestión, el liderazgo y la comunicación de organizaciones privadas y/o públicas.
- Posee comprensión de conceptos modernos de dirección estratégica y liderazgo con un enfoque global, centrándose en el liderazgo del capital humano de las organizaciones como fuente de la innovación y desarrollo de fortalezas diferenciadoras, y la creación y ejecución exitosa de estrategias generadoras de valor y competitividad,
- Gestiona la comunicación organizacional, en dos áreas principales: de asesoría y/o apoyo a la alta dirección de la organización y de interrelación activa con el entorno, entendiendo éste tanto a las empresas de su sector, de la Administración del Estado como de la comunidad regional o nacional en que actúa.
- Analiza las tendencias económicas, políticas y sociales globales con una visión sistémica y socialmente responsable con compromiso ético y centrado en el ser humano.
- Evalúa problemas, estableciendo el contexto y visualizando soluciones prácticas.



Competencias o resultados de aprendizaje que se deben lograr:

- Explicar las prácticas de liderazgo como variable dependiente e independiente en el logro de los resultados y metas organizacionales.
- Organizar el trabajo de acuerdo a los objetivos organizacionales y a las capacidades individuales, así como para supervisar efectivamente el desempeño del equipo de trabajo.
- Estructurar, sistematizar el capital intelectual y producir el cambio en las organizaciones.
- Construir confianzas para, a través del liderazgo, conseguir el logro y consecución de metas en la organización, con valoración en las personas.
- Evaluar, con un enfoque creativo e innovador, los problemas estratégicos de las organizaciones desde una perspectiva sistémica y global
- Formular, diseñar, ejecutar y controlar la estrategia de empresas y organizaciones a nivel corporativo y competitivo.
- Analizar el entorno económico de una organización, pública y/o privada, a través de la aplicación de metodologías que permitan evaluar los factores claves que condicionan el desempeño organizacional en un contexto globalizado.
- Crear y proponer estrategias generadoras de valor y competitividad.
- Gestionar, liderar y comunicar en organizaciones privadas y/o públicas en forma estratégica.
- Establecer políticas y procedimientos de comunicación interna y externa que faciliten la creación de conocimiento y la toma de decisiones informadas en la organización, en armonía con las diversas instituciones de la sociedad.
- Analizar y valorar de forma crítica los elementos clave en el diseño de estrategias de comunicación efectivas.
- Gestionar el proceso de comunicación en las organizaciones, comprendiendo su relevancia como instrumento facilitador del cambio y del crecimiento organizacional.
- Describir la lógica de gestión de las organizaciones con respecto a la opinión pública y la contribución específica que un trabajo efectivo con los medios de comunicación contribuye a la creación y consolidación de su valor económico y liderazgo social.
- Tomar decisiones informadas y comunicarlas efectivamente para crear compromiso real en las personas.
- Describir la relación empresa-entorno y la influencia de este último en la planificación estratégica de la misma.
- Fundamentar el impacto que genera en las empresas y la comunidad el correcto manejo de la responsabilidad social.
- Explicar las implicancias de la responsabilidad social en los modelos de dirección de empresas y organizaciones.
- Utilizar fundamentos teóricos pertinentes y la metodología de investigación propicia para la formulación, diseño y evaluación de su proyecto de grado.
- Aplicar los métodos de investigación en el desarrollo de un trabajo de grado acorde a la naturaleza del programa.



- Identificar fuentes de información que permitan construir un marco conceptual y teórico avanzado que responda a los requerimientos establecidos por la metodología presentada en un anteproyecto de grado.
- Integrar el aprendizaje obtenido en la formación de postgrado con los contenidos teóricos y conceptuales adquiridos en el proceso de investigación planteado para el proyecto de grado.

III. Plan y Programas de Estudio.

El plan de estudios se estructura de forma modular, comprendiendo catorce (14) módulos de clases, de los cuales tres (3) módulos están relacionados directamente con liderazgo, tres (3) módulos relacionados directamente con dirección estratégica, tres (3) módulos relacionados directamente con comunicación, dos (2) módulos transversales a la naturaleza del programa y dos (2) talleres de metodología para la elaboración del trabajo de grado. Además, se desarrollará un (1) taller de especialidad cuya temática será establecida de acuerdo a lo que los estudiantes del programa demanden como profundización de los contenidos de los planes de clases. A continuación, se enlistan los módulos señalados:

- Dirección Estratégica: Dirección Estratégica y Creación de Valor I, Dirección Estratégica y Creación de Valor II y Análisis del Entorno Económico de los Negocios.
- Liderazgo: Liderazgo Estratégico I, Liderazgo Estratégico II y Coaching & Trabajo en Equipo
- Comunicación: La comunicación en la gestión organizacional, Manejo estratégico de Crisis comunicacionales y Comunicación Social y Estrategias de Medios.
- Módulos genéricos: Desarrollo Organizacional y Ética & Responsabilidad Social Empresarial.
- Metodología: Trabajo de Grado I y Trabajo de Grado II.
- Taller de especialidad.



Malla Curricular:

Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre
Dirección Estratégica y Creación de Valor I	Dirección Estratégica y Creación de Valor II	Análisis del Entorno Económico para los Negocios	Trabajo de Grado II
Liderazgo Estratégico I	Liderazgo Estratégico II	Coaching y Trabajo en Equipo	
La Comunicación en la Gestión Organizacional	Manejo Estratégico de Crisis Comunicacionales	Comunicación Social y Estrategias de Medios	
Desarrollo Organizacional	Trabajo de Grado I	Ética y Responsabilidad Social Empresarial	
		Taller de Especialidad	Preparación del informe y defensa del Trabajo de Grado

Plan de Estudio:

Periodo	Módulos	Trabajo Lectivo Semanal	Trabajo Autónomo Semanal	Total Horas Semanales	Semanas	Total Horas Módulo	SCT
Semestre I	Dirección Estratégica y Creación de Valor I	8	26	34	4	136	5
	Liderazgo Estratégico I	8	19	27	4	108	4
	La Comunicación en la Gestión Organizacional	8	26	34	4	136	5
	Desarrollo Organizacional	8	19	27	4	108	4
Total SCT Semestre I							18
Semestre II	Dirección Estratégica y Creación de Valor II	8	26	34	4	136	5
	Liderazgo Estratégico II	8	19	27	4	108	4
	Manejo Estratégico de Crisis Comunicacionales	8	26	34	4	136	5
	Trabajo de Grado I	8	19	27	4	108	4
Total SCT Semestre II							18
Semestre III	Análisis del Entorno Económico para los Negocios	8	26	34	4	136	5
	Coaching y Trabajo en Equipo	8	19	27	4	108	4
	Comunicación Social y Estrategias de Medios	8	26	34	4	136	5
	Ética y Responsabilidad Social Empresarial	8	19	27	4	108	4
	Taller de Especialidad	10	17	27	2	54	2
Total SCT Semestre III							20
Semestre IV	Trabajo de Grado II	5	10	15	4	60	2
	Preparación del Informe y Defensa de Grado	0	4	4	15	60	2
Total SCT Semestre IV							4
Total SCT Programa							60

Programas de Estudio:

1. Dirección Estratégica y Creación de Valor I:

- *Contenidos Mínimos:* La naturaleza de la firma; La estrategia y la dirección estratégica; Enfoques actuales de dirección estratégica; Diseño e implementación de la estrategia.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Wheelen T. L, (2007) Administración Estratégica y política de negocios. Prentice Hall.
Porter, Michael E. Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y competencia. 2007, México: Grupo Editorial Patria.
Steiner, George. Planeación estratégica: lo que todo director debe saber. 2011, México: Grupo Editorial Patria.
Stegmann, Juan Pablo. Estrategia empresarial moderna. 2001, (s.l.): IEEC.

2. Dirección Estratégica y Creación de Valor II:

- *Contenidos Mínimos:* Estrategias Funcionales, Función Marketing, Función Recursos Humanos, Función Operaciones, Función Finanzas.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Thompson, Arthur A. Administración estratégica: textos y casos. 2004, México D.F.: McGraw-Hill.
Hitt, Michael A. Administración Estratégica: competitividad y globalización conceptos y casos. 2008, México: Cengage Learning.
Santesmases, Miguel. Marketing: Conceptos y estrategias. 2007, Madrid: Piramide.

3. Análisis del Entorno Económico para los Negocios:

- *Contenidos Mínimos:* Análisis de variables macroeconómicas relevantes para el desarrollo de la empresa; Interpretación del entorno económico internacional; Interpretación prospectiva economía nacional.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Zaiat, Alfredo. Economía a Contramano: Cómo entender la Economía Política. 2012, Buenos Aires: Planeta.
Bradford, Delong J. Macroeconomía. 2007, Madrid: McGraw-Hill.
Larraín, Felipe. Macroeconomía en la Economía Global. 2002, Buenos Aires: Pearson Education.



4. Liderazgo Estratégico I

- *Contenidos Mínimos:* Liderazgo; Gestión del Conocimiento; Decisiones estratégica y teoría de juegos.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Koffman, Fredy. La empresa consciente. 2008, Buenos Aires: Aguilar.
Ulrich, Dave. Recursos Humanos Champion. 2006, Buenos Aires: Granica.
Senge, Peter. La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. 2005, Buenos Aires: Granica.
Jordan R. (2009). Liderazgo Real. Editorial Pearson Education.

5. Liderazgo estratégico II

- *Contenidos Mínimos:* Espíritu emprendedor; Creatividad y Organización; Estrategia Corporativa; Gestión por competencias; Inteligencia emocional para el liderazgo ejecutivo.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Goleman, Daniel. La Inteligencia Emocional en la Empresa. 2010, Barcelona: Bolsillo Zeta.
Alles, Martha Alicia. Desarrollo del Talento Humano basado en competencias. 2010, Buenos Aires: Granica.
Alles, Martha Alicia. Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias. 2006, Buenos Aires: Granica.

6. Coaching y Trabajo en Equipo

- *Contenidos Mínimos:* Fundamentos del coaching; Proceso de coaching; Habilidades para el coaching; Herramientas al servicio del coaching; Trabajo en equipo; Coaching de equipos.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Ensayos.
- *Bibliografía:*
J. D. Roman, Manuel Fernández. (2008), Liderazgo y coaching, editorial Libros en Red.
Mariano Vilallonga Elorza, Javier Fernández Aguado, Progreso directivo y coaching empresarial, editoriales universitarias.
Withmore John, (2005), (2005), Coaching, Editorial Paidós

7. La Comunicación en la gestión organizacional

- *Contenidos Mínimos:* El proceso de la Comunicación; Información y Desinformación, Comunicación externa; Tipos de Comunicación Externa; Comunicación Estratégica.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Portafolios, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Alsina M. (2001). Teorías de la Comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas. Editorial Aldea Global (2001).
Barquero J. (2005). Comunicación estratégica. McGraw Hill.
Tironi E. et al (2004). Comunicación estratégica. Editorial Tauros.

8. Manejo estratégico de crisis comunicacionales

- *Contenidos Mínimos:* Necesidades internas y externas de información; La información en la toma de decisiones para la Gestión; Políticas Públicas; Acceso a la información, derechos y deberes.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Portafolios, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Halpern D. (2010). Gestión de crisis. Teoría y práctica de un modelo comunicacional. RIL editores.
Castells M. (2009). Comunicación y Poder. Editorial Alianza.

9. Comunicación Social y Estrategias de Medios

- *Contenidos Mínimos:* Principios de la Comunicación; Discurso y Construcción de imagen; Teoría de la Comunicación; Teoría de Sistemas aplicada a la Comunicación;
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Pruebas, Disertaciones, Portafolios, Ensayos.
- *Bibliografía:*
Costa J. (1999). La comunicación en acción. Editorial Paidós.
Echeverría R. (2004). Ontología del Lenguaje. Editorial Comunicaciones Noreste Ltda.
Castells M. & Otros (2006). Semiótica, Marketing y Comunicación. Editorial Ariel

10. Trabajo de Grado I

- *Contenidos Mínimos:* Formulación del problema de investigación; Enfoque metodológico; Desarrollo del marco referencial; Diseño de la Investigación, Métodos de Muestreo, Recolección de datos.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.



- *Evaluación:* Informes de avances; Ante proyecto de trabajo de grado, Disertación y defensa del anteproyecto.
- *Bibliografía:*
Hernández, Roberto. Metodología de la Investigación. 2006, México: McGraw-Hill.
Sautu, Ruth. Manual de Metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la Metodología. 2006, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO.
Sautu, Ruth. Manual de Metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la Metodología. 2006, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO.

11. Trabajo de Grado II

- *Contenidos Mínimos:* Análisis de los datos cualitativos, Análisis de datos cuantitativos; Reporte de resultados.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Informes de avances y confección del Trabajo de grado.
- *Bibliografía:*
Eco, Umberto. Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. 2007, Barcelona: Gedisa.
Hernández, Roberto. Metodología de la Investigación. 2006, México: McGraw-Hill.
Kornblit, Ana. Metodologías Cualitativas en Ciencias Sociales: Modelos y procedimientos de análisis. 2004, Buenos Aires: Biblos.

12. Desarrollo Organizacional

- *Contenidos Mínimos:* Organización. Tipos de Organizaciones: Estructura y Factores Distintivos; Comunicación Interna; Cultura y Clima Organizacional: Tipología y Dimensiones; La Comunicación en la Cultura Organizacional.
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Informes de avances y confección del Trabajo de grado.
- *Bibliografía:*
Rodríguez, D. Gestión Organizacional. 2008, Chile: Ediciones UC.
Goleman, D. Inteligencia social. 2007, España: Kairos.
Senge, Peter. La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. 2005, Buenos Aires: Granica.

13. Ética y Responsabilidad Social Empresarial

- *Contenidos Mínimos:* Orígenes y Análisis de casos de RSE, Implicancias de la RSE, Modelos de RSE y su impacto en los resultados de la organización, El Estado y la RSE
- *Estrategias docentes:* Clases expositivas, aprendizaje en equipo, estudio de casos, aprendizaje basado en proyectos.
- *Evaluación:* Informes de avances y confección del Trabajo de grado.
- *Bibliografía:*



Brown, M. La ética en la empresa. 2001, España: Paidós.

Riechmann, J. Ética ecológica. 2004, Uruguay: Nordan-Comunidad.

Jiménez, Luis. Desarrollo Sostenible: Transición hacia la coevolución global. 2000, Madrid: Pirámide.

14. Taller de especialidad.

IV. Requisitos de admisión.

- Título profesional de cuatro años o más.
- Título profesional otorgado por las FF.AA. y de Orden.
- Grado de Licenciado.

V. Requisitos de titulación.

Para obtener el grado académico de Magíster en Liderazgo, Dirección y Comunicación Estratégica, el alumno deberá tener aprobadas todas las actividades curriculares contempladas en el Plan de Estudios y el trabajo de Grado. El trabajo del estudiante para elaborar su proyecto de grado se estima en 120 horas.

Además, el alumno podrá obtener el postítulo de Diplomado en Liderazgo, Dirección y Comunicación Estratégica, para lo cual deberá tener aprobadas todas las asignaturas del primer y segundo semestre del plan de estudios (7 asignaturas), excluyendo el Trabajo de Grado I.

3. Deróguese el Decreto Exento N°246/10 de fecha 30 de marzo de 2010.

4. El texto íntegro del presente Decreto, autorizado por las firmas del Rector y del Secretario General se depositará en la Secretaría General de la Corporación, y a él deberán conformarse los demás ejemplares que se hagan.

ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



SERGIO ZEPEDA MALUENDA
SECRETARIO GENERAL



NIBALDO AVILES PIZARRO
RECTOR

NAP/SZM/EET/Jcbe.

Distribución:

- A todas las Unidades que corresponda.

