

## PROGRAMA:

# Máster Análisis de Inteligencia Comunicacional (MAIC)



Año: 2020

## FORMULARIO PROGRAMA DE ESTUDIOS

### A. IDENTIFICACIÓN

#### A.1 NOMBRE DEL PROGRAMA

Máster de Análisis en Inteligencia Comunicacional (MAIC)

#### MODALIDAD

Clases online.

#### CARÁCTER:

Programa de carácter profesionalizante.

#### A.2 PÚBLICO OBJETIVO:

El Máster está destinado a profesionales que se desempeñan en instituciones públicas y privadas. Oficiales del ámbito de la defensa y Policía, Periodistas, Marketing, Publicistas, Relacionadores Públicos y Profesionales que tienen relación con las comunicaciones.

#### A.3 PERFIL DE EGRESO:

El egresado del Máster en Análisis Inteligencia Comunicacional (MAIC), será un profesional con formación en métodos y técnicas analíticas de carácter cualitativo y cuantitativo del análisis de inteligencia comunicacional, para contribuir a la toma de decisiones de instituciones, ministerios, empresa privada y pública. Además, tendrá una visión de diversas ciencias y disciplinas sociales que le permitirán al egresado procesar data a través de un ciclo comunicacional de inteligencia, del ambiente de información de las comunicaciones sociales análogas y digitales, que requieran los organismos privados y públicos.

#### A.4 POTENCIALIDAD DEL GRADUADO:

Los egresados del Máster en Análisis Inteligencia Comunicacional serán profesionales altamente calificados en el conocimiento de los procesos inherentes a la dimensión analítica con pertinentes metodologías y técnicas del análisis básicos, especializados y avanzados de las informaciones, que fluyen en el ambiente de los medios de las comunicaciones, que se vinculan a los ámbitos de la información política, económica, diplomática, defensa, policial, social y comunicaciones.

## A.5 OBJETIVOS DEL PROGRAMA:

### Objetivo General

Capacitar analistas de inteligencia comunicacional con determinadas competencias metodológicas y técnicas analíticas para inferir y gestionar información de carácter político, económico, diplomático, defensa, social y comunicacional de modo de producir inteligencia útil para la toma de decisiones de instituciones, ministerios, empresas privadas y públicas.

### Objetivos Específicos

El profesional egresado del Máster en Análisis de Inteligencia Comunicacional (MAIC), desarrollará competencias analíticas de razonamiento de intelección comunicacional que le permitirán:

- Aplicar categorías, variables y dimensiones de inteligencia del ambiente de información de las comunicaciones vinculadas a los ámbitos de acción, su impacto y efectos a nivel mundial, regional y local.
- Procesar informaciones comunicacionales analógicas y digitales del panorama global que activan las tendencias de informaciones de la incomunicación.
- Analizar y gestionar los entornos y escenarios de los contenidos de las redes sociales y las temáticas que fluyen en el ciberespacio de las informaciones noticiosas propagadas.
- Identificar los procesos psico-comunicacionales y el tratamiento de las estructuras de contenidos y códigos de información, desde la perspectiva de la inteligencia semiótica de la argumentación de la comunicación
- Prospeccionar escenarios futuros institucionales, ministeriales, empresa pública y privada para la toma de decisiones estratégicas y operativas en un entorno de riesgos organizacionales.
- Estructurar metodologías y técnicas analíticas vinculadas a la información política, económica, diplomática, defensa, social y comunicacional.
- Aplicar metodologías de inteligencia económica y empresarial para generar proyectos de negocios a través de la gestión de la comunicación de información, planificación estratégica y de riesgos.
- Consignar un pensamiento crítico para su aplicación organizacional en la gestión de equipos de trabajos.

**B.1. CUPOS:** 20 estudiantes

**B.2. COSTE MASTER:** El master tendrá un coste por alumno de 10.000 dólares.

**B.2a.- Inscripciones:** El alumno para inscribirse debe mandar un mail a: [info@osifoundation.com](mailto:info@osifoundation.com)

### **B.3. GRADUACIÓN**

#### **B.3.a REQUISITOS DE GRADUACIÓN:**

1. El profesional deberá aprobar la totalidad de los módulos de la malla curricular del magister con nota mínima 4.0 y al menos con un 75% de asistencia.
2. Para obtener el grado de Máster el profesional deberá desarrollar un " Proyecto de desarrollo de implementación comunicacional institucional, ministerial y/o empresarial", la que debe exponer frente a una comisión evaluadora.
3. Los aspectos de requisitos de graduación son los siguientes:

Objetivo: Elaborar un proyecto aplicado de inteligencia comunicacional de mejoramiento de una institución, ministerio y/o empresa pública y privada atendiendo a un específico problema focalizado.

El Proyecto de Mejoramiento: Representa un producto de cierre de programa elaborado de manera grupal (máximo 3 estudiantes), cuyo formato de presentación será establecido por la Dirección del Programa.

Tiempo máximo de elaboración: 06 meses (2do. año del Programa).

Profesor Guía / Metodólogo: Será determinado por la Dirección del Programa y tendrá la labor de apoyar la elaboración del Proyecto de mejoramiento comunicacional en áreas institucionales, ministeriales y/o empresa.

En caso de reprobación del Proyecto, los estudiantes tendrán sólo una segunda oportunidad en un plazo no superior a 04 meses ante una comisión designada por las autoridades de la Escuela de Post Grado.

#### **B.3.b CÁLCULO DE NOTA DE EGRESO:**

La nota final se calculará en base a la sumatoria de ponderación de las siguientes notas:

<b>Ítem</b>	<b>Porcentaje</b>
Promedio notas asignaturas	60 %
Nota Trabajo de Titulación	40% (20 % Proyecto + 20 % Exposición)

## C. METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA CURRICULAR

### C.1 METODOLOGÍA GENERAL

La metodología del Máster está basada en la enseñanza online y a distancia. Esto permite al estudiante seguir el curso cualquiera que sea su lugar de residencia. Compatibilizar el aprendizaje con sus responsabilidades familiares y laborales y aprender sin necesidad de desplazamientos.

Esta metodología de aprendizaje conduce a una adecuada formación mediante el empleo de material didáctico digitalizado, diseñado especialmente para este programa, compuesto por textos, ilustraciones, vídeos, glosarios, enlaces y ejercicios. Además, considera una permanente tutoría y atención al estudiante.

La forma de evaluación por cada Módulo será la siguiente:

15%	Participación (en foros, debates, chats, etc.)
35%	Pruebas sumativas
50%	Examen final

**Prueba Formativa:** Cada actividad del módulo será evaluada con una batería de preguntas tipo quiz, para poder constatar el nivel de aprendizaje esperado versus el logrado.

**Pruebas Sumativas:** A finalizar cada módulo se realizará una prueba tipo test con una batería de preguntas y ejercicios de desarrollo.

#### Características generales de la modalidad online:

- Acceso a plataforma durante 24 horas al día, 7 días a la semana.
- Tutoría online disponible durante la realización del programa.
- Disponibilidad del programa completa 24 horas y 7 días a la semana.
- El programa incluye material didáctico, ejemplos y ejercicios prácticos.

La metodología tiene una orientación teórico - práctica en relación con las áreas propias del programa, poniendo énfasis en el trabajo en equipo generando apoyos individualizados y grupales para favorecer los aprendizajes de la diversidad de estudiantes. Se enfatiza en la solución de problemas presentes en el campo de estudio y se caracteriza por la aplicación de estudios de casos, resolución de problemas en contextos multidisciplinares.

### C.3 MALLA CURRICULAR

- El Máster en Análisis de Inteligencia Comunicacional (MAIC), tiene una duración de 3 semestres lectivos (18 meses).
- Está estructurado por 20 asignaturas o módulos
- Cada módulo tiene una duración de 24 horas pedagógicas
- En total en Máster tiene una carga académica de 480 horas pedagógicas

Semestre I Inteligencia Básica	Semestre II Inteligencia Especializada	Semestre III Inteligencia Avanzada
<b>Modulo 1.</b>	<b>Modulo 7.</b>	<b>Modulo 13.</b>
- Intelección Estratégica	- Métodos de Análisis de Información - Política Social	- Inteligencia Empresarial - Proyecto de Negocio
<b>Modulo 2.</b>	<b>Modulo 8.</b>	<b>Modulo 14.</b>
- Análisis de Contenidos Medios: Escritos / Audiovisuales	- Métodos de Análisis de Información Económica	- Proceso de Gestión de Inteligencia Comunicacional
<b>Modulo 3.</b>	<b>Modulo 9.</b>	<b>Modulo 15.</b>
- Prospectivas de Escenarios Comunicacionales	- Métodos de Análisis de Información Diplomática	- Proceso de Planificación de Inteligencia Estratégica
<b>Modulo 4.</b>	<b>Modulo 10.</b>	<b>Modulo 16.</b>
- Inteligencia Comunicacional	- Métodos de Análisis de Información Sociológica	- Estadística de Inteligencia Comunicacional
<b>Modulo 5.</b>	<b>Modulo 11.</b>	<b>Modulo 17.</b>
- Periodismo Digital en Contexto Global	- Métodos de Análisis de Información de Internet y Tecnologías Digitales	- Metodología de la Investigación - Proyecto de Tesis
<b>Modulo 6.</b>	<b>Modulo 12.</b>	<b>Modulo 18.</b>
- Psico – Comunicación - Análisis de Medios de Comunicación Masiva	- Métodos de Análisis de Información Psico Comunicacional	- Juego Aplicado de Inteligencia Comunicacional
	<b>Seminario I Comunicacional</b>	<b>Seminario II Comunicacional</b>
	<b>Proyecto de Titulación</b>	

#### C.4. ASIGNATURAS / MÓDULOS:

##### SEMESTRE I INTELIGENCIA BÁSICA.

##### MODULO 1. Intelección Estratégica / Ciencia Política

- **Objetivo General:**

Identificar y describir los principales contenidos teóricos referidos a la Ciencia Política en el marco de la función del Estado, sus agentes y su inserción en el mundo dominado por la globalización y la interconexión mundial.

- **Objetivos Específicos:**

- Identificar y explicar los principales contenidos teóricos relacionados con la intelección estratégica y la Ciencia Política, señalando sus componentes.
- Describir los conceptos y características de los factores que relacionan el Estado con el entorno de la globalización y las principales tendencias en el marco de las comunicaciones.
- Identificar y aplicar en una situación específica, concretamente a través de un estudio de caso, los factores racionales, psicológicos y otros que influyen en la toma de decisiones y en las comunicaciones internas y externas de una organización.

- **Contenidos:**

##### Unidad 1:

- Marcos conceptuales, características, principios de la ciencia política y los alcances geopolíticos del actual poder mundial.
- Intelección estratégica de la ciencia política entorno y escenarios de influencia de decisión de los bloques de países que ostentan los centros de atracción del poder de la geopolítica.
- Organizaciones mundiales de influencia geopolítica y sus efectos globalizados en lo político, económico, diplomático, defensa y social.

##### Unidad 2:

- Aplicaciones analíticas de intelección a casos vinculados a la ciencia política internacional y sus efectos nacionales.

- **Bibliografía:**

- Betham, David, The Legitimation of Power. Issues in Political Theory, Palgrave, 2003.
- Bova, Russell, How the World Works, Dickinson College, Longman, 2012.
- Cazorla Pérez, José, Manual de Introducción a la Ciencia Política, Granada, 2008.
- Edkins, Jenny y Zehfuss, Maja, Global Politics. A New Introduction, Routledge, 2014.



## MODULO 2. Periodismo Digital en Contexto global.

### - Objetivo General:

Identificar la sociedad de redes de la industria de comunicaciones globalizadas en el contexto de la era digital y sus efectos sociales en el nuevo espacio de participación pública.

### - Objetivos Específicos:

- Definir conceptos, características y tipologías del periodismo digital globalizado y su nivel de penetración diferenciado por regiones de interés.
- Describir la sociedad de red y el estado global del poder de la comunicación en la era digital. Establecer efectos de las comunicaciones globalizadas en los actuales movimientos sociales y el nuevo espacio público.

### - Contenidos:

#### Unidad 1:

- Marco de conceptos del estado y poder comunicacional en la era digital de las redes digitales globalizadas.
- La convergencia tecnológica y el nuevo sistema multimedia de la comunicación de masas.
- El cambio cultural de las comunicaciones digitales globalizadas y sus efectos en los movimientos sociales, organizaciones y gestión de la empresa moderna.

#### Unidad 2:

- Metodologías analíticas de evento sociales, organización y empresa privada en el contexto de las comunicaciones de redes digitales globalizadas.

### - Bibliografía:

- Castells Manuel, “Comunicación y Poder”, 1° Edición, Editorial Alianza, España, 2009.
- Periodismo 2.0 Mark Briggs (2007).
- Aproximaciones al Periodismo Digital, Antonio García Jiménez, 2008.
- Comunicación y la Red: nuevas formas de periodismo, Fernando Sabes Turno y José.
- Internet como Fuente Generadora de Contenidos Especializados, Montse Quesada Pérez, 2009.
- Periodismo Digital, Convergencia, redes y Móviles, Fernando Irigaray, Dardo Ceballos y Matías Manna, 2011.

**MODULO 3. Inteligencia comunicacional.****- Objetivo General:**

Identificar conceptualizaciones principios, capacidades, características y niveles de la teoría de información y su transformación en inteligencia útil para la toma de decisión organizacional.

**- Objetivos Específicos:**

- Establecer el modelo funcional de producción de información de la dirección del esfuerzo de obtención; búsqueda; análisis, difusión y uso de la información para la toma de decisiones de la organización.
- Describir los niveles y las partes del Plan de búsqueda estratégico de la información comunicacional referidos a los requerimientos y necesidades crítica de la organización.
- Definir las etapas básicas de la planificación de información comunicacional, para definir los objetivos de las actividades comunicacionales externas a materializar por la organización.

**- Contenidos:****Unidad 1:**

- Generalidades, definiciones conceptuales, finalidad, características, principios y niveles de la información y su conversión a la inteligencia comunicacional.
- Modelos de Planes de búsqueda estratégicas de información crítica organizacional y su empleo para la toma de decisiones.

**Unidad 2:**

- Taller aplicado de etapas de Planificación estratégica de la información comunicacional de la organización y sus alcances en el mercado.

**- Bibliografía:**

- Us Army. (2010). Fm 2-0 Intelligence, Department Of The Army, USA.
  - Us Army. (2010). Fm 5-0 The Operations Process, Department Of The Army, USA.
  - Us Army. (2010). Art Of Design, Student Text Version 2.0. School Of Advanced Military Studies, USA.
- 🔗 [www.intelpage.info/](http://www.intelpage.info/) [www.aainteligencia.cl](http://www.aainteligencia.cl)

**MODULO 4. Prospectivas de escenarios comunicacionales.****- Objetivo General:**

Conocer conceptos generales de prospectiva, identificar algunos métodos y herramientas útiles para elaborar un modelo, aplicándolos de manera básica y metodológicamente correcta, como contribución a la toma de decisiones y a la planificación de estrategias comunicacionales.

**- Objetivos Específicos:**

- Identificar conceptos básicos de la prospectiva, en particular los aspectos que la hacen una metodología útil para ser aplicada en procesos de inteligencia.
- Identificar algunas técnicas, métodos y herramientas que permiten diseñar un modelo de análisis prospectivo, aplicable en situaciones comunicacionales.
- Diseñar un modelo prospectivo, para la producción de inteligencia útil a un escenario comunicacional.

**- Contenidos:****Unidad 1:**

- Conceptos básicos de la disciplina y su vinculación con la Inteligencia Estratégica, para posteriormente emplearlos en la aplicación de métodos y herramientas.
- Métodos o herramientas útiles para la creación de un modelo prospectivo, comprendiendo sus relaciones e interacciones para el diseño de un modelo de análisis prospectivo.

**Unidad 2:**

- Diseño de un modelo de análisis prospectivo, combinando varias técnicas o herramientas, a partir de una necesidad dada por una situación ficticia con fines académicos.

**- Bibliografía:**

- La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios. Michel Godet y Philippe Durance. (Páginas seleccionadas).
- Prospectiva; herramientas para la gestión estratégica del cambio. Bas, Enric.
- De la anticipación a la acción: Manual de prospectiva y estrategia. Godet, Michel. La función Prospectiva en la empresa. Astigarraga, Eneko.
- El método Delphi: Una técnica de previsión para la incertidumbre. Landeta, Jon.

**MODULO 5. Análisis contenidos Medios escritos y audiovisuales.****- Objetivo General:**

Identificar los elementos discursivos, conceptuales, características, principios, modelo y relación de diferentes disciplinas y como estas se manifiestan en las expresiones comunicacionales escritas, audiovisuales y digitales.

**- Objetivos Específicos:**

- Identificar los elementos constitutivos del discurso expresado en los medios de comunicación.
- Describir las relaciones de poder expresadas en manifestaciones comunicacionales en la era digital.
- Desarrollar un modelo de informe de asesoría de análisis de inteligencia comunicacional, de los contenidos expresados en diferentes manifestaciones de la comunicación, incluyendo medios escritos, audiovisuales y digitales.

**- Contenidos:****Unidad 1:**

- Conceptos, características, principios, modelos semióticos y Psico comunicacionales en su relación con una agenda de análisis de medios masivos.
- Comunicación y poder en la era digital en el contexto del siglo XXI.

**Unidad 2:**

- Metodología de análisis de contenidos en los ámbitos de acción noticioso de características políticas, económicas, diplomática, defensa, social y comunicacional para la asesoría mediante la elaboración de un informe de "Análisis de inteligencia comunicacional".

**- Bibliografía:**

- Requena S. Felix, "Análisis de redes sociales, origen, teoría y aplicaciones" 1 edición, Centro de Estudios Sociológicos, año 2012, País España.
- Freedler, Omar, "Discourse Productions and Comprehension", 1 edition, ed. Ablex año 1977, País Reino Unido.
- Castell Manuel, "Comunicación y Poder" 1 edición 2009, ed. Alianza, País España.
- Bernays Edward, "Propaganda", 1928, reimpresión año 2008, Ed Melusina, País España.

- Denis Mc Queil, “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, 1° Edición, Editorial Paidós Ibérica S.A. Año 2001. País España.
- Fleur de L. Melvin Rokeach, “Teoría de la Comunicación de Masas”, 5° Edición, Editorial Paidós Ibérica S.A, Año 1993, País España.
- Kalus Bruhn Jensén, “La Semiótica Social de la Comunicación de Masas”, 1° Edición, Editorial Boch, Año 1997, PAÍS España.
- Del Villar Rafael, “Trayectos en Semiótica Fílmica Televisiva”, 1° Edición, Editorial Dolmen, Año 1997, País Chile.
- Eco Humberto, “Tratado de Semiótica General”, 5° Edición, Editorial Lumen S.A, Año 1995, País España.

## **MODULO 6. Psico- Comunicación y Análisis de Medios Masivos.**

### - **Objetivo General:**

Definir marco conceptual, características, principios, modelo y relación de diferentes disciplinas con las actividades Psico Comunicacionales en medios masivos.

### - **Objetivos Específicos:**

- Describir los factores de interacción del modelo Psico Comunicacional y su vinculación con los medios masivos desde la perspectiva de la relación signica de Charles Sanders Pierce y Ferdinad Sassure.
- Plantear un modelo de análisis Psico comunicacional de medios masivos desde la perspectiva de la visión comunicacional y semiótica.

### - **Contenidos:**

#### **Unidad 1:**

- Conceptos, características, principios, modelos semióticos y psico - comunicacionales en su relación con una agenda de análisis de medios masivos.

#### **Unidad 2:**

- Aplicar una metodología analítica Psico Comunicacional a un ámbito de acción noticioso de características políticas, económicas, diplomática, defensa, social y comunicacional.

- **Bibliografía:**

- Denis Mc Queil, “Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas”, 1° Edición, Editorial Paidós Ibérica S.A. Año 2001. País España.
- Fleur de L. Melvin Rokeach, “Teoría de la Comunicación de Masas”, 5° Edición, Editorial Paidós Ibérica S.A, Año 1993, País España.
- Kalus Bruhn Jansen, “La Semiótica Social de la Comunicación de Masas”, 1° Edición, Editorial Boch, Año 1997, PAÍS España.
- Del Villar Rafael, “Trayectos en Semiótica Fílmica Televisiva”, 1° Edición, Editorial Dolmen, Año 1997, País Chile.
- Eco Humberto, “Tratado de Semiótica General”, 5° Edición, Editorial Lumen S.A, Año 1995, País España.

**B. II. SEMESTRE INTELIGENCIA ESPECIALIZADA.**

**MÓDULO 7. Métodos Análisis información política.**

- **Objetivo General:**

Identificar y describir los principales métodos de análisis existentes sobre información política, como asimismo los grupos de presión e interés existentes al interior de las sociedades extrayendo conclusiones y efectuando proposiciones afines a la información requerida.

- **Objetivos Específicos:**

- Identificar y describir los métodos de análisis sobre información política, señalando sus diferencias, similitudes, interrelaciones y resultados esperados.
- Reconocer y emplear los conocimientos adquiridos al análisis y evaluación de políticas públicas y programas, aplicando los resultados obtenidos en los métodos seleccionados.
- Identificar y aplicar en una situación específica, concretamente a través de un estudio de caso, los conocimientos adquiridos explicando los conceptos involucrados, los factores gravitantes, probables repercusiones y efectos en las comunicaciones internas y externas de una organización.

- **Contenidos:**

**Unidad 1:**

- Conceptos de cultura, lenguajes en democracia, ética y corrupción política, lobbies y grupos de interés.

- Implicancias metodológicas y técnicas sobre los contenidos políticos vinculados a las proyecciones del estado.

## Unidad 2:

- Métodos y técnicas de regresión y análisis longitudinal de los entornos políticos y su proyección en los ámbitos de escenarios sociopolíticos.

### - **Bibliografía:**

- Callon, Michel, Lascoumes, Pierre, Barthe, Yannick, Acting in an Uncertain World. An Essay on Technical Democracy, MIT Press, 2001.
- Fairclough, Isabela y Fairclough, Norman, Political Discourse Analysis, Routledge, 2012.
- Gyasi Obeng, Samuel y Hartford, Beverly A. S., Political Discourse Analysis, Nova Science Publishers, 2008.
- Osman, Magda, Controlling Uncertainty. Decision Making and Learning in Complex Worlds, Wiley & Sons, 2010.
- Pearson Educación, 40 Éxitos en Comunicación, Pearson y Prentice Hall, España, 2003. Sartori, Giovanni, Parties and Parties Systems, ECPR Press, 2005
- Tironi, Eugenio y Cavallo, Ascanio, Comunicación Estratégica. Vivir en un Mundo de Señales, Taurus, 2010.

## MÓDULO 8. Métodos Análisis de Información Económica.

### - **Objetivo General:**

Definir las herramientas y conocimientos de las nuevas tendencias tecnológicas que permitan el crecimiento económico de los negocios, basado en el entendimiento de las diversas plataformas y arquitecturas tecnológicas utilizadas en las empresas.

### - **Objetivos Específicos:**

- Describir las terminologías y acrónimos utilizados en el ámbito de las tecnologías de información, para el mejorar el entendimiento de los modelos de negocio digitales.
- Identificar y aplicar los conceptos relacionados con el manejo y búsqueda de información económica sobre modelos de negocio digitales.
- Reconocer las arquitecturas y funcionamiento de uso en el mercado para implementar tecnologías de inteligencia económica de negocios.

### - **Contenidos:**

## Unidad 1:

- Conceptos y principios relacionados con inteligencia económica que se maneja en Cloud, como también emplear herramientas que aseguren dichos principios en la Red.
- Presentar las arquitecturas tecnológicas requeridas para implementar un BI-CRM-GRC-DW. Plataforma digital.

## Unidad 2:

- Taller práctico sobre una problemática dada y análisis de la aplicabilidad de las tecnologías de la información económica en las labores de desempeño profesional.

### - **Bibliografía:**

- Goleman, Daniel. (2006). Inteligencia Social: La nueva ciencia para mejorar las relaciones humanas. 1ra Ed. Kairós S.A. Barcelona.
- <http://indicepaisdigital.cl/>
- <http://www.america-digital.com>
- <http://seminarios.chile-digital.com/> <http://club.chile-digital.com/>
- [www.sap.com](http://www.sap.com)
- [www.oracle.com](http://www.oracle.com) [www.bsi.com](http://www.bsi.com)
- [www.clikview.cl](http://www.clikview.cl)

## MODULO 9. Métodos de Análisis de Información Diplomática.

### - **Objetivo General:**

Analizar el funcionamiento del Ministerio de Relaciones Exteriores y la manera en que se elabora y analiza la política exterior de Chile.

### - **Objetivos Específicos:**

- Entender las tendencias principales del escenario internacional, como marco de acción de la Cancillería.
- Analizar los actores y tendencias principales de la política exterior Entregar herramientas de análisis de política exterior

### - **Contenidos:**

## Unidad 1



- El Ministerio de Relaciones Exteriores y la política exterior, en el marco del sistema internacional contemporáneo”

## Unidad 2

- Principios, prioridades y tendencias generales de la política exterior en el mundo: una visión práctica”

### - **Bibliografía:**

- Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. (2010). Perspectivas, proyecciones y desafíos de la política exterior de Chile. Santiago: Gobierno de Chile.
- Portales, C. (2011). “Desafíos para la política exterior en las próximas décadas: Chile y la región en un mundo global”. Estudios Internacionales, N° 169.
- Tokatlián, J. (2012). “El entorno global”. En DerGhougassian, K. (comp.). La defensa en el siglo XXI. Argentina y la seguridad regional. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Van Klaveren, A. (2014). “El análisis de la política exterior: Una visión desde América Latina”.
- En Legler, T., Santa Cruz, A. y Zamudio, L. (eds.) Introducción a las Relaciones Internacionales: América Latina y la Política Global. México: Oxford University Press.
- Fernández, M. (2010). “América Latina: su integración, prioridad en la Política Exterior de Chile. En Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El mundo desde el sur. Voces de Chile en Política Exterior. Santiago de Chile: Gobierno de Chile.

## MODULO 10. Métodos de Análisis de Información Sociológica.

### - **Objetivo General:**

Capacitar el razonamiento y análisis crítico, a partir del enfoque de la sociología, a la complejidad de un mundo global que determina todos los aspectos de la vida de la sociedad del siglo XXI.

### - **Objetivos Específicos:**

- Identificar, la forma y los instrumentos de investigación y análisis de la sociología, el proceso histórico y la tecnología de las comunicaciones.
- Definir, la forma y los instrumentos de investigación y análisis de la sociología, en el contexto de la sociología global.
- Describir, la forma y los instrumentos de investigación y análisis de la sociología, el proceso histórico y la tecnología de las comunicaciones.

### - **Contenidos:**

## Unidad 1

- Describir la crisis de la política y de sus instituciones. La desconfianza y desacralización del poder.
- Identificar a la globalización como modificación del tiempo y del espacio, en el ámbito económico, social y cultural.

## Unidad 2

- Analizar los enfoques sociológicos sobre la forma como las diversas formas de las comunicaciones han modificado la vida de los seres humanos en la historia.

## MODULO 11. Métodos de Análisis de Información de Internet y Tecnologías Digitales.

### - Objetivo General:

Identificar los principios y procedimientos básicos de Internet y técnicas digitales incorporando conceptos jurídicos, de seguridad y la aplicación de herramientas de la información para la protección de bases de datos informáticos.

### - Objetivos Específicos:

- Definir conceptos, principios y tecnologías de la información en la sociedad y el entorno de la ciberseguridad para enfrentar las amenazas multidimensionales provenientes del ciberespacio.
- Comprender el contexto de la hiper conexión de las informaciones y datos digitales de las instituciones, ministerios y de la empresa privada.
- Comprender el actual marco normativo y jurídico nacional e internacional.

### - Contenidos:

#### Unidad 1:

- Las tecnologías de la información influyen en nuestra sociedad y como ello se relaciona con la ciberseguridad.
- Introducción a los métodos de Análisis de información por Internet y su relación con la Seguridad de Información.

#### Unidad 2:

- Análisis de Riesgo Tecnológico y Legislación vigente.

- **Bibliografía:**

- US Gov., "Joint Doctrine for Information Operations JP 3-13". (1998). TANENBAUM, Andrew S. "Redes de Computadoras", Ed. Prentice-Hall).
- LEY N°19.223, Delitos Informáticos.
- ❑ O'REILLY, Tim. "What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software." <http://www.oreillyn.com/go/web2>
- CRAWFORD, Walt. "Library 2.0 and 'Library 2.0'". En: Cites & insights, 2006, midwinter, v. 6, n. 2. <http://cites.boisestate.edu/civ6i2.pdf>
- ❑ CASEY, Michael E.; Savastinuk, Laura C. "Library 2.0". En: [Library Journal](#), 2006, 1 de sept., v. 131, n. 14, pp. 40-42.
- ❑ HABIB, Michael. [Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology](#). Master paper.

## MODULO 12. Métodos de Análisis de Información Psico Comunicacional.

- **Objetivo General:**

Identificar el marco teórico conceptual y analítico de los métodos Psico Comunicacionales y técnicas de la persuasión, desinformación, propaganda, rumor, contagio ideológico, sarcasmo, ironía y humor, prejujuamiento y transferencia de culpabilidad comunicacional.

- **Objetivos Específicos:**

- Determinar los métodos y técnicas analíticas Psico comunicacionales que se generan en un ámbito de acción político, económico, diplomático, defensa y social de un estado.
- Elaborar un informe que identifique los métodos y técnicas Psico/Comunicacionales que se evidencian con respecto a un tema de ámbito de acción nacional y/o internacional.

- **Contenidos:**

### Unidad 1:

- Se exponen definiciones conceptuales, características, métodos y técnicas analíticas Psico comunicacionales de la persuasión, desinformación, propaganda, rumor, contagio ideológico, sarcasmo, ironía y humor, prejujuamiento y transferencia de culpabilidad comunicacionales.

### Unidad 2:

- Se aplica formato de informe sobre métodos y técnicas analíticas evidenciadas a un caso de ámbito de acción nacional y/o internacional.
- **Bibliografía:**
  - Durandin Guy, “La Información, la desinformación y la realidad”, Editorial Paidos S.A. 1° Edición, Año 1989, País España.
  - Frade Merino, Fernando, “La Guerra psicológica”. 1.° Edición, Editorial Paidos, Año 1982 Buenos Aires, Argentina.
  - Kimmel Alan, “Rumors and Rumor Control A. Manager’s Guide to Understanding and Combating Rumors.
  - Ortega Prado, Rodolfo. (2011). La Guerra Asimétrica y las Operaciones de Información.
  - Vilches Lorenzo, “Manipulación de la Información Televisiva”, Editorial Paidos S.A, 1° Edición, Año 1983, País España.

### C. III. SEMESTRE INTELIGENCIA AVANZADA.

#### MODULO 13. Inteligencia Empresarial y Proyecto de Negocio.

##### - **Objetivo General:**

Desarrollar competencias cognitivas y procedimentales, que permitan el desarrollo de estrategias de marketing y gestión de la información empresarial, a través del uso de redes sociales y herramientas de bussiness intelligence existentes en el mercado.

##### - **Objetivos Específicos:**

- Definir terminologías y acrónimos utilizados en el ámbito de las tecnologías de información de la empresa, para el mejorar el entendimiento del Gobierno TI.
- Identificar las normas y procedimientos que permitan prevenir acciones indebidas que afecten la seguridad de la información de la empresa.
- Describir la cadena de valor y la gestión del dato interno y externo de la empresa y su proyecto de negocio.

##### - **Contenidos:**

#### Unidad 1:

- Definiciones, características, normas y procedimientos de la información empresarial en el entorno y escenarios de competencias empresariales.
- Reconocer las arquitecturas de uso de la seguridad de la información empresarial en el mercado para implementar tecnologías de inteligencia de negocios.

#### **Unidad 2:**

- Uso de tecnologías de información BI - CRM- GRC - Data Warehouse.

#### - **Bibliografía:**

- Goleman, Daniel. (2002). "Inteligencia Social: La nueva ciencia para mejorarlas relaciones humanas", 1° Edición, Editorial Kairos S.A, País España, Año 2005.
- <http://www.ovtt.org/vigilancia> – tecnológica – conceptos <http://www.sibum.cl/index.php>
- Roca, Genis & Solana Albert, "Big Data: Para directivos", 1° Edición, Editorial Empresa Activa, España, Año 2015.

#### **MODULO 14. Proceso de Gestión Inteligencia Comunicacional.**

#### - **Objetivo General:**

Identificar el proceso de gestión estratégico del flujo de la información de infraestructura organizacional y su relación con las tipologías de la cadena de valor y ambiente vinculantes.

#### - **Objetivos Específicos:**

- Identificar conceptualizaciones, principios y características de la gestión, de la información.
- Describir procesos de la información y su inteligencia útil para la gestión organizacional.
- Definir tipologías y cadena de valor en un ambiente organizacional.

#### - **Contenidos:**

#### **Unidad 1:**

- Introducción a los conceptos, principios, variables de las componentes de gestión de la información.
- La Sociedad de la información y su ciclo de vida en un proceso de gestión de la información. Relación entre ambiente y etapas vinculadas a las operaciones de los sistemas de información.

#### **Unidad 2:**

- Teoría y práctica de nuevos paradigmas de gestión de la infraestructura de información organizacional.

- **Bibliografía:**

- Ponjuan Gloria, "Gestión de la información en las organizaciones, principios, conceptos y aplicaciones", editorial universidad de chile, año 1998, País Chile.
- Ortiz Andrade Marisol, "Gestión de la información en la organización", Universidad Autónoma de Colombia, Año 1995, País Colombia.
- Chain Navarro Celia, "Introducción a la gestión y análisis de recursos de información en ciencia y tecnología", Editorial Universidad de Murcia, año 1995, País España.
- Ponjuan Gloria, "Impacto de la gestión de la información en las organizaciones", Editorial Universidad de la Habana, Año 2000, País Cuba.
- Ranguelav Younialov Stanislav, "Gestión de la información y el conocimiento en organizaciones", Editorial Universidad del País Vasco, año 2002, País España.
- Fernandez Marzal Viviana, "Gestión del conocimiento versus gestión de la información", Año 2004, País México.

## **MODULO 15. Proceso de Planificación de Inteligencia Estratégica.**

- **Objetivo General:**

Identificar y describir las etapas del planeamiento de la inteligencia estratégica en escenarios de crisis internacionales y comunicacionales de una organización.

- **Objetivos Específicos:**

- Identificar las características, evolución, tipos y fases de una crisis internacional; su secuencia y etapas conceptuales de acuerdo a la teoría internacional y nacional.
- Describir los principales aspectos del planeamiento estratégico, la teoría de solución de problemas para la toma de decisiones, aplicando los conceptos de misión, visión, selección de estrategias, análisis interno y externo y definición de objetivos en un caso real.
- Explicar los principales componentes teóricos de una crisis comunicacional en una organización, y cómo se debe afrontar la planificación, la comunicación interna y externa de la gestión de este evento no previsto

- **Contenidos:**

### **Unidad 1:**

- Introducción conceptual, características y variables que evidencian las crisis internacionales y sus vínculos comunicacionales.

- Componentes teóricos de la comunicación de crisis organizacional y su vínculo a la planificación organizacional.
- Etapas del planeamiento estratégico y su relación con la teoría de solución de problemas de crisis organizacionales.

**Unidad 2:**

- Aplicación de eventos de crisis de organización y comunicación y su propuesta vinculante a la materialización de un planeamiento estratégico organizacional.

**MODULO 16. Estadística de Inteligencia Comunicacional.****- Objetivo General:**

Aplicar la estadística en el análisis de información y datos, buscando que el estudiante internalice la importancia de los distintos tipos de variables, tanto estocásticos como determinísticos, con la finalidad de una toma de decisiones acertadas.

**- Objetivos Específicos:**

- Definir conceptos de estadísticas y su empleo en el análisis de información.
- Identificar las herramientas que entrega la estadística para efectuar un correcto análisis de información y acertada toma de decisiones.
- Analizar datos entregados en clases para realizar estadísticas y con ello entregar información útil para la toma de decisiones.

**- Contenidos:****Unidad 1:**

- Comparar las variables y métodos para confeccionar estadísticas.
- Relacionar los principales aspectos de las estadísticas que permiten desarrollar un acertado análisis de información.
- Asociar información de variables estadísticas para una acertada toma de decisiones.
- Analizar variables de la estadística para tomar decisiones.
- Discutir información de distintas disciplinas, mediante el empleo de variables establecidas para lograr integrarla en un resumen estadístico.

**Unidad 2:**

- Analizar y aplicar datos de distintas disciplinas para aplicar estadísticas.
- Discutir y aplicar estadísticas de distintos temas y disciplinas para la toma de decisiones.

- **Bibliografía**

- Murray R., Spiegel. (2010). *Probabilidad y Estadística*. Editorial McGraw Hill. 3ra. Edición. México. Triola F., Mario. (2004). *Estadística*. Editorial Pearson. 9na. Edición. México.
- Murray R., Spiegel. (2009). *Estadística*. Editorial McGraw Hill. 4ta. Edición. México.

**MODULO 17. Metodología de la Investigación Comunicacional.**

- **Objetivo General:**

Definir enfoques cuantitativos y cualitativos de la metodología de la investigación sus similitudes y diferencias con el propósito de ser aplicado a los proyectos de desarrollo de la comunicación de negocios.

- **Objetivos Específicos:**

- Describir fuentes de ideas y criterios para generar investigaciones vinculadas a proyectos de desarrollo de comunicación de negocios.
- Definir planteamientos de problemas y perspectivas teóricas para sustentar la metodología de investigación para generar un proyecto de desarrollo de negocio de comunicaciones.
- Desarrollar un anteproyecto de desarrollo de negocios en el ámbito de las comunicaciones y su proyección a la empresa.

- **Contenidos:**

**Unidad 1:**

- Conceptos, revisión de literatura, desarrollo de antecedentes, delimitación de problematización, relación de variables, formulación de interrogantes, viabilidad y justificación del proyecto de desarrollo.
- Aproximaciones a los objetivos generales y específicos en torno al proyecto del tema de proyección de desarrollo de comunicacional.

**Unidad 2:**

- Desarrollar propuesta de investigación de un proyecto desarrollo comunicacional de características institucionales, ministerial y/o empresa privada.

- **Bibliografía:**



- Nokes & Greenwood, “Gestión de proyectos”, 1° Edición, Editorial Pearson Educación S.A, Año 2007, País España.
- Sampieri Hernández Roberto & Fernández Collado & Baptista Lucio María del Pilar, “Metodología de la investigación”, 6° Edición, Editorial Mc Graw Hill Educación, País México, Año 2014.
- Valles S. Miguel, “Técnicas Cualitativas de Investigación Social”, 4° Edición, Editorial Síntesis S.A, Año 2007, País España.
- Cea D’ Ancona ´´Ángeles María, “Metodología Cuantitativo: Estrategias y Técnicas de Investigación Social”, 3° Edición, Editorial Síntesis. S.A, Año 2007 País España.

## **MODULO 18. Juego Aplicado de Inteligencia Comunicacional.**

### - **Objetivo General:**

Desarrollar un juego analítico de inteligencia comunicacional entorno a un tema de contingencia comunicacional de un específico ámbito de acción a base de roles agénciales de trabajo de análisis para la toma de decisiones institucionales, ministeriales y/o empresa.

### - **Objetivos Específicos:**

- Describir la situación y la problematización planteada del tema del juego de análisis de inteligencia comunicacional. y la aplicación de los trabajos de roles de las diferentes agencias de trabajo.
- Aplicar los diferentes roles del juego de análisis de inteligencia comunicacional a través de un proceso analítico continuo de requerimientos de la dirección del juego y respuestas agénciales.
- Determinar el direccionamiento, búsqueda, análisis, integración e interpretación que asumen las diversas agencias analíticas a los requerimientos de la situación planteada y la propuesta de toma de decisiones por parte de las agencias en juego.

### - **Contenidos:**

#### **Unidad 1:**

- Planteamiento de la situación general y orientaciones específicas de roles a las diferentes agencias analíticas que participan en el juego de análisis de inteligencia comunicacional.

## Unidad 2:

- Respuestas y exposición de la situación general y específica de las diferentes agencias analíticas a los requerimientos solicitados referidas por la dirección del juego de análisis de inteligencia comunicacional.

### - **Bibliografía:**

- Pérez González, Rafael Alberto, "Estrategias de Comunicación: Teoría de Juego", 2° Edición, Editorial Barcelona, Año 2005, País España.
- Valenzuela Ugarte Renato & Riveros Valderrama René (Enero – Marzo 2006), Sistema para el Entrenamiento de Toma de Decisiones y Administración de Crisis Internacionales", Revista ANEPE, Numero 106, PP.100 -113.  
<http://dreamers.com/defensadelrol/index.html>
- Los Juegos de Rol: Hacia una propuesta pedagógica. Pablo Giménez Introducción a los juegos de rol. Marc Brell.
- Qué son los juegos de rol. Pablo Giménez.
- Juegos de rol e interculturalidad. Marcos Pastor

## MODULO Proyecto de Desarrollo Comunicacional

### - **Objetivo General:**

Definir un proyecto de desarrollo comunicacional vinculado al ámbito institucional, ministerial y/o de empresa identificando los elementos de control y seguimiento para resolver una problematización organizacional.

### - **Objetivos Específicos:**

- Identificar las etapas de una planificación de proyecto de desarrollo comunicacional con el propósito de satisfacer las necesidades comunicacionales de una institución, ministerio y/o empresa.
- Definir un modelo de proyecto de desarrollo comunicacional y sus estrategias de acción organizacional.
- Aplicar herramientas básicas del control de un proyecto de desarrollo de comunicación institucional, Ministerial y/o empresa.

### - **Contenidos:**

**Unidad 1:**

- Conceptos y aplicación de herramientas básicas de definición de problemas y planteamiento de soluciones como justificación del proyecto de desarrollo comunicacional.
- Aplicación de metodologías de definición de objetivos, tanto generales como específicos referidos al proyecto de desarrollo comunicacional.

**Unidad 2:**

- Aplicación de las etapas, herramientas y criterios de control, seguimiento y medición de los proyectos de desarrollo comunicacional.

**Bibliografía:**

- Nokes & Greenwood, "Gestión de proyectos", 1° Edición, Editorial Pearson Educación S.A, Año 2007, País España.
- Sampieri Hernandez Roberto & Fernandez Collado & Baptista Lucio Maria del Pilar, "Metodología de la investigación", 6° Edición, Editorial Mc Graw Hill Educación, País México, Año 2014.
- Garcia Fernando Manuel & Ibáñez Jesús & Alvira Francisco, "El Análisis de la realidad Social Métodos y Técnicas de Investigación, 3.° Edición, Editorial Alianza, Año 2003, País España.

**D. RECURSOS DE PERSONAL****D.1 PERFIL DE LOS DOCENTES DEL PROGRAMA:**

**1.- MIRTA R. ACERO:** Doctora en Identidad Europea y Marco Constitucional Europeo, investigadora, escritora, profesora de Historia Moderna y Contemporánea. Especializada en Comercio Exterior y Relaciones Internacionales. Ha adquirido diversas experiencias combinando títulos universitarios en Historia del Arte, Historia Moderna y Contemporánea. Experiencia en Historia del Mercado, La Música y El Arte. International Affairs con su experiencia en Europa. Ha realizado networking como académica, a través del mundo de los negocios. Profesora y consultora en el centro - norte, oeste y sur de Europa. Miembro académico de IRELAC -Relaciones internacionales entre Europa, América Latina y el Caribe-, Bruselas, conectada con la Unión Europea y CEPAL -Comisión para América Latina y el Caribe-. Miembro de 3QC, grupo de expertos con sede en la Universidad Regent en Londres.

**2.- CESAR ALCALÁ:** Historiador, periodista, escritor, político y profesor. Colaborador en El Catalán, Economía Digital, Revista Digital, La Razón, Cadena COPE. En la versión musical, colaborativa en Revista Musical, Revista de Catalunya, Opera Actual, Anuario Musical (CSIC), Revista Nassarre (CSIC), Revista de Musicología. Secretario del Premio Internacional Ignacio Hernando de Larramendi de Historia del Carlismo e Historia de Proyectos del Carlismo de la Fundación Ignacio

Larramendi. Miembro de la Fundación Jaureguizar. Colaborador del Diccionario Biográfico Español de la Real Academia de la Historia. Colaborador del documental histórico de Carles Balagué titulado "De Madrid a la luna". Ha publicado 50 libros, entre ellos: Música para Cataluña durante 300 años, Mauricio de Sivatte. Una biografía política (1901-1980), María de las Nieves de Braganza y de Borbón. Mis recuerdos sobre nuestra campaña en Cataluña en 1872 y 1873 y en el Centro en 1874, Tradicionalismo y espiritualidad en Antonio Gaudí, La Tercera Guerra Carlista, Diario de campaña de un soldado catalán, checos en Barcelona. El terror y la represión estalinista en Cataluña, checos de Valencia, claves históricas del movimiento independentista catalán, los checos del terror. El Olvido Histórico al Aire Libre, Los Presidentes de la República, Los Sitios de Gerona, La Ilista Maçònica, Niños del Exilio.

**3.- ROBERTO DONOSO PINCHEIRA:** Doctor en Educación, Master en Educación, Master en Comunicación, Master en Análisis de Inteligencia Comunicacional, Diplomado en Ciberseguridad y Ciberdefensa en Infraestructuras Críticas de Información, Diplomado en Estrategias de Ciberseguridad, Diplomado en Operaciones de Paz, Académico con experiencia académica en varias universidades nacionales e investigador internacional en la Escuela superior de Economía y Relaciones Públicas (ESERP), de la Universidad de Barcelona España, Centro de Estudios Investigaciones militares (CESIM) y asesor de investigación y analista en el Ejército de Chile, se desempeña como director de los programas académicos de post grados "Master y Diplomado en Análisis de Inteligencia Comunicacional" de la Universidad Mayor le ha correspondido desempeñarse en relatorías internacionales en los siguientes países: Panamá, Perú, Argentina, Colombia, EE.UU, China y España. Actualmente se desempeña como asesor e investigador del Comando de Educación y Doctrina del Ejército de Chile.

**4.- GONZALO ZAMBRANO MILLAR:** Psicólogo, Licenciado en Psicología, formación de post grado: Doctor © en Procesos Políticos y Sociales en América Latina, Doctor © en Ciencia Política, Magíster en Gestión de Recursos Humanos. Formación de post título: Diplomado en Gestión de Instituciones de Salud, Diplomado en Sistemas de Resolución de Conflictos y Mediación, Diplomado en Gestión Comunitaria, Diplomado en Evaluación de Intervenciones Sociales, Diplomado en Innovación Didáctica para la Educación Superior. Profesional con amplio conocimiento en la Evaluación de Programas Gubernamentales, bajo la Metodología de Marco Lógico, a nivel nacional e internacional. En Chile en la División de Control de Gestión de la Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda (DIPRES); y en Latinoamérica en la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Docente Universitario de pregrado, postítulos y posgrado, en modalidad presencial y online (Universidad de Santiago de Chile, Universidad La República, Universidad Católica Silva Henríquez, Universidad Bernardo O'Higgins, Universidad Internacional SEK).

**5.- ROBERTO RAMIS:** Magister en Gestión Educacional, Magister en Análisis de Inteligencia Comunicacional, Magister en Planificación Estratégica de la Academia de Guerra del Ejército; Licenciado en ciencias militares, actualmente participa en el proceso de modernización institucional en el ámbito de la investigación y desarrollo del liderazgo del Ejército de Chile, es

graduado del Infantry Battle school, Brecon, Reino Unido y de la Escola de Perfeccionamiento de oficiais de Brasil.

**6.- LUIS HEINEKEN SCOTT:** Polítologo especialista en información Política e Inteligencia Estratégica del Instituto Superior de Información Política - República de China y Buró de Seguridad Nacional - República de Taiwán, es Diplomado en Metodología de Inteligencia Estratégica, Instituto de Ciencia Política, Universidad de Chile. Profesor de las cátedras de Ciencia Política, Política II y Ética y Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de Las Américas, es autor de más de 21 libros publicados a nivel nacional e internacional, actualmente se desempeña como profesor de la Universidad Mayor, posgrado en la cátedra de Intelección Estratégica de la Ciencia Política.

**7.- RODRIGO VARGAS VARAS:** Magister en Tecnologías de la Información (Universidad Federico Santa María), Ingeniero Civil en Computación e Informática, Diplomado en Peritaje Informático Forense (Universidad de Santiago), Diplomado en Seguridad de la Información (Academia Politécnica Militar), Diplomado en Conducción Política Estratégica (ANEPE), CISSP desde el año 2005, CSIRT, ITIL v3.1, especialista en seguridad e implementación de soluciones tecnologías en el ámbito Civil y en el área de la Defensa Nacional, experto en planificación e implementación de políticas y procedimientos de TICs. Se ha desempeñado como académico de la Universidad de Tarapacá, Universidad Central y Actualmente en Duoc UC en las cátedras relacionadas con la Seguridad de la información, USACH y Universidad Mayor.

**8.- CARLOS MONDACA SAAVEDRA:** Máster en Dirección en Dirección General de Empresas (MBA). Escuela Internacional de Negocios, Madrid, España. Diplomado en Preparación y Evaluación de Proyectos (DPEP). Facultad de Ciencias Físicas Matemáticas Universidad de Chile, Santiago. Diplomado en Control de Gestión (DCG), Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Universidad Valparaíso, Santiago. Contador Auditor, Universidad Andrés Bello, Santiago. Certificate of Accreditation in Operational Risk Management, Global Risk Management Solution, obtained in Price Waterhouse & Coopers, Buenos Aires Argentina. Certificate of Accreditation in Project Support Office, Global Risk Management Solutions, obtained in Price Waterhouse & Coopers, Buenos Aires, Argentina. International Course of Computer Audit given by the Comptroller General of the Republic (OLACEF). Certificate of Accreditation in BCP Fast Track, obtained in Price Waterhouse & Coopers, São Paulo, Brazil. Certification of Accreditation in Operational Resilience, obtained in Price Waterhouse & Coopers, São Paulo, Brazil.

**9.- HÉCTOR RODRIGO INOSTROZA MONTERO:** Magister en Gestión de Activos y Mantenimiento de la UTFSM, Ingeniero Politécnico militar, especialista en el análisis y planificación de políticas y técnicas de sistema de mantenimiento preventivo y correctivo, especialista en el análisis estadístico de fallas, disponibilidad y confiabilidad de proyectos de ingeniería de mantenimiento, Actualmente es docente de pregrado en la Academia Politécnica Militar y de posgrado en la Universidad Mayor en las unidades de aprendizaje de Ingeniería de Mantenimiento, Informática de Mantenimiento, Ingeniería en Confiabilidad y Estadística en el análisis de información de transformación de aspectos cualitativos a datos cuantitativos de Inteligencia Comunicacional.

**10.- SALVADOR APARICIO MATAMALA.** Ingeniero Politécnico Militar, especialista en Sistemas Logísticos, mención Administración y Finanzas (Registro Colegio de Ingenieros de Chile N°28.518-8). Licenciado en Ciencias de la Ingeniería Militar. Ingeniero Comercial. Licenciado en Ciencias en la Administración de Empresas. Diplomado en Administración Financiera y Logística de la Universidad de Chile. Diplomado en Inteligencia Estratégica de la Universidad de Trujillo, Perú. Diplomado en Docencia Superior de la Universidad de Trujillo, Perú. Diplomado en Gestión Organizacional para el Sector Público de la Universidad Católica de Lima, Perú. Diplomado en Inteligencia Económica de la Universidad Bernardo O’ Higgins. Diplomado de Evaluación y Formulación de Proyectos de la Academia Politécnica Militar del Ejército de Chile. Diplomado en Herramientas para la Administración Financiera y Abastecimiento de INACAP. Análisis de Información. Requerimientos Operacionales en la Academia Politécnica Militar. Evaluación de Decisiones Estratégicas en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Liderazgo Real, Universidad del Desarrollo. Estrategia, Universidad del Desarrollo. Psicología de la Resiliencia. Learning Group. Fue académico en el Ejército de Chile (Escuela Militar y Escuela de los Servicios) desde el año 2007 al año 2014 en asignaturas relacionadas con: Administración financiera. Logística. Recursos humanos. Inteligencia. Académico en el Magíster de Análisis de Inteligencia Comunicacional de la Universidad Mayor desde el año 2013 al año 2018 en las cátedras de “Análisis de Económica” y “Análisis estadístico”. Escritor de variados artículos de interés en el sitio Formación Ejecutiva del Diario Financiero. 24 años de experiencia en la administración de recursos humanos en el sector público. 20 años de experiencia en la administración de recursos financieros y logísticos del sector público.

**11. FERNANDO JOSÉ RODRÍGUEZ GUZMÁN,** Licenciado en Ciencias Militares con mención en Telecomunicaciones, Máster en Análisis Inteligencia Comunicacional, Universidad Mayor, Post Grado en Marketing y Social Media, en Escuela de Negocios Europea de Barcelona, ENEB, Diplomado en Teoría de la Literatura y Literatura comparada, MOOC, Universidad de Vigo, España, Relator en temas de Literatura americana. Director de Punto Tecnológico, articulista en temas de la contingencia social y sus impactos políticos y económicos.

**12. OSCAR JARAMILLO CASTRO,** Doctor en Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Periodista, Universidad Diego Portales. Académico Investigador de la Escuela de Periodismo de la Universidad Finis Terrae, Chile. Colaborador del Libro Comunicación, Redes y Poder. Autor del artículo “Perspectivas sobre el Futuro del Periodismo: Tecnología y Ejercicio de Poder. Experto en Análisis de Inteligencia en Redes y Escucha Social.

**13. MARIA JOSE ARREDONDO JIRON:** Periodista y Licenciada en Comunicación Social, Universidad Uniacc. Diplomado en Comunicación Estratégica para empresas e instituciones y Diplomado en Big Data para las Políticas Públicas, Universidad Adolfo Ibáñez. Minor en operaciones bursátiles en Instituto Argentino de Mercado de Capitales y especialización estadística en Universidad de Buenos Aires. Estudios de Historia y Geografía en Universidad Católica de Valparaíso. 17 años de experiencia en liderar y crear departamentos de inteligencia de negocios en medios de comunicación, gremios y empresas. He liderado áreas de investigación en medios de comunicación relevantes como BNAmericas y El Mostrador, posteriormente asesorando a importantes empresas, gremios y personas en usos de estadísticas para gestión comunicacional.

**14. AQUILES GALLARDO PUELMA**, Ingeniero Civil Industrial. Pontificia Universidad Católica de Chile. Master of Public Administration. Portland State University. USA. Doctorando en Sistemas. Portland State University. USA. Especialista en Prospectiva. Futures Research Institute. USA. Programa de Especialización "Aplicación de Sistemas en Política Internacional". ONU PNUD. Postítulo en Estrategias y Control de Gestión Escuela de Ingeniería Industrial. Universidad de Chile. Cursos avanzados en el exterior: Centre for Applied Studies in International Negotiations (Ginebra, Suiza). Academia Diplomática de Viena.(Austria). Austrian Society for Environment and Technology. Vienna Center for Disarmament and Nonproliferation Middlebury Institute for International Studies. International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA). Austria. United Nations Institute for Training and Research. United Nations for Industrial Development Organization. Capacitaciones y cursos de perfeccionamiento en: Academia Diplomática de Chile. Pontificia Universidad Católica de Chile. Otras Universidades y centros nacionales.

**15. GUILLERMO CRUZ VALDES**, Licenciado en Ciencias militares, especialidad de

telecomunicaciones, especialista en Inteligencia estratégica Estado Mayor, Magíster en Planificación Estratégica, Magíster en Planificación Estratégica en Academia Guerra de España, Jefe de Departamento en Experiencias y Lecciones Aprendidas en el Comando Educación y Doctrina. División Doctrina del Ejército de Chile, actualmente se desempeña en el Comando de Bienestar del Ejército de Chile. Académico del Magíster en Análisis de Inteligencia Comunicacional de la Universidad Mayor de Chile.

**CARLOS KOSH VARGAS**, Licenciado en Ciencias Militares, especialidad de telecomunicaciones Magister en Ciencias Militares con mención en "Planificación y gestión estratégica", ACAGUE. Magister en Estudios de Defensa y Seguridad de las Américas, Academia Nacional de Estudios Políticos y Estratégicos, ANEPE. Master of Science, Inter-American Defense College, Washington DC, USA. Director de la Escuela de Telecomunicaciones del Ejército de Chile, Subdirector de Inteligencia del Ejército de Chile. Profesor. Académico del Magíster en Análisis de Inteligencia Comunicacional de la Universidad Mayor de Chile.

#### **D.2 PERSONAL NO ACADÉMICO Y DE APOYO AL PROGRAMA:**

<b>Personal no Académico</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>
Director de Programa	Dr. Roberto Donoso Pincheira
Coordinador Académico	Sr. Gonzalo Zambrano Millar
Coordinador Administrativo	César Alcalá Giménez

#### **D.3 SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD O EFECTIVIDAD:**

Las actividades académicas serán supervisadas por el Coordinador Académico y reportadas a la Dirección Académica del programa y controladas en la gestión de la operación por la Dirección Docente de Postgrados.



Para efectos de aseguramiento de la calidad del programa, se realizarán encuestas a estudiantes, docentes y egresados las que permitirán desarrollar las acciones de mejoramiento continuo necesarias para aumentar calidad del programa.