



Universidad  
Finis Terrae

# Magíster en Comunicación Estratégica y Digital

Semipresencial

15<sup>ta</sup> Versión



Universidad Acreditada

**NIVEL AVANZADO**

Gestión Institucional | Docencia de Pregrado  
Vinculación con el Medio | Investigación

HASTA FEBRERO DE 2029



# Introducción

Las empresas, las marcas y las organizaciones en general necesitan desarrollar estrategias para gestionar y evaluar los flujos de información, tanto para su público interno como externo, según los objetivos que se han trazado. En medio de un entorno cambiante, asoma la necesidad de fortalecer este vínculo utilizando las nuevas y diversas plataformas del mundo digital.

Es cada vez más necesario actualizar la enseñanza de la comunicación estratégica y digital, la cual se haya en plena evolución, incorporando las especialidades de las cuales ella se está alimentando en el mundo profesional, como la gestión de crisis, el relacionamiento con comunidades y el abordaje de la Inteligencia Artificial.

La comunicación digital y el uso corporativo de las redes sociales se han convertido en un elemento fundamental a la hora de buscar posicionar todo tipo de marcas. Así, la combinación entre conocer, entender y aplicar lo digital, junto al saber desarrollar las bases de una estrategia comunicacional se hace fundamental para quienes se desempeñan tanto al interior de una corporación, como para quienes actúan en calidad de asesores externos.

Este programa es profesionalizante, práctico, y se enfoca en entregar las dos miradas siempre en forma simultánea, buscando así que la comunicación estratégica se apoye en su complemento digital, y viceversa.

## Dirigido a

El programa está dirigido a profesionales de diversas disciplinas que desempeñan o desean desempeñarse en áreas relacionadas con la comunicación, tanto en el sector público como privado. Esto incluye periodistas, publicistas, ingenieros, abogados, diseñadores, docentes y otros profesionales que busquen desarrollar competencias avanzadas en comunicación estratégica y digital. Los postulantes deben tener interés en comprender y aplicar herramientas de diagnóstico, planificación y ejecución de estrategias comunicacionales, así como en fortalecer su capacidad para gestionar la comunicación organizacional de manera ética, innovadora y orientada a resultados en entornos complejos y en constante transformación.

## Objetivo General

Formar profesionales capaces de diseñar, gestionar y evaluar estrategias de comunicación estratégica y digital en organizaciones públicas y privadas, desde una perspectiva ética, interdisciplinaria e innovadora, que integre las transformaciones tecnológicas, sociales y culturales contemporáneas para fortalecer el vínculo entre las instituciones y sus públicos de interés, contribuyendo así al bien común y al desarrollo sostenible de la sociedad.

Gracias a un proceso de innovación, a partir de la décimo quinta versión, el Magíster reconoce la trayectoria académica del estudiante y entrega tres diplomados.

## Conocimientos y aptitudes adquiridas

- Diagnóstica la situación comunicacional de organizaciones públicas y privadas, interpretando las tendencias y dinámicas del entorno para detectar oportunidades, amenazas y riesgos que inciden en su posicionamiento estratégico y digital.
- Diseña propuestas comunicacionales de nivel estratégico, táctico y operativo orientadas a construir, mejorar o consolidar la comunicación entre las organizaciones y sus grupos de interés, utilizando herramientas tecnológicas y criterios de innovación
- Aplica principios éticos y de responsabilidad social en la toma de decisiones profesionales en el ámbito de la comunicación estratégica y digital, asegurando coherencia entre los valores institucionales, los objetivos comunicacionales y el impacto social de sus acciones.

## Campo ocupacional del graduado

El egresado del programa de Comunicación Estratégica y Digital estará capacitado para desempeñarse en diversos ámbitos del sector público y privado, ocupando cargos de responsabilidad en áreas de comunicación, relaciones públicas, marketing, consultoría estratégica y gestión de medios digitales. Podrá actuar como encargado de comunicaciones, asesor de imagen corporativa, coordinador de campañas digitales, consultor en comunicación institucional o gestor de proyectos comunicacionales, aportando con un enfoque ético, estratégico e innovador en la construcción y fortalecimiento del posicionamiento de organizaciones frente a sus públicos internos y externos. Asimismo, estará preparado para liderar iniciativas de comunicación orientadas a la transformación social y cultural, contribuyendo al desarrollo sostenible de las instituciones en las que se desempeñe.



# Áreas de desarrollo

## Prácticas Comunicacionales

Esta área aborda las maneras de concebir y ejercer las comunicaciones a partir de rutinas prácticas, éticas y discursivas, como también de su rol político, económico, social y cultural. Se busca reflexionar de manera crítica e interdisciplinaria sobre el quehacer profesional del comunicador y sus múltiples dimensiones.

## Comunicación digital

Esta área se enfoca en la ejecución táctica, la tecnología y el rendimiento de las acciones comunicacionales en plataformas modernas. Cubre el diseño, implementación y optimización de estrategias digitales, el manejo de comunidades y redes sociales y el uso de la Inteligencia Artificial y métricas de rentabilidad para medir el impacto y asegurar el retorno de la inversión de las campañas.

## Comunicación estratégica

Esta área se enfoca en la ejecución táctica, la tecnología y el rendimiento de las acciones comunicacionales en plataformas modernas. Cubre el diseño, implementación y optimización de estrategias digitales, el manejo de comunidades y redes sociales y el uso de la Inteligencia Artificial y métricas de rentabilidad para medir el impacto y asegurar el retorno de la inversión de las campañas.



## Metodología

El programa de Comunicación Estratégica y Digital se desarrolla bajo un enfoque de aprendizaje activo, reflexivo y colaborativo, centrado en el estudiante como protagonista de su proceso formativo. La metodología combina estrategias teóricas y prácticas que promueven la aplicación de conocimientos en contextos reales y simulados, favoreciendo el desarrollo de competencias profesionales y éticas. Las clases se estructuran a través de metodologías participativas como el aprendizaje basado en proyectos (ABP), el estudio de casos, el aula invertida y talleres de análisis y diseño estratégico. Estas instancias permiten integrar los saberes teóricos con la práctica profesional, potenciando la creatividad, la capacidad crítica y la toma de decisiones en entornos de comunicación complejos y dinámicos. Asimismo, se incorporan recursos digitales y plataformas interactivas que facilitan la construcción colectiva del conocimiento, la gestión de contenidos y la reflexión sobre los desafíos contemporáneos de la comunicación en entornos digitales y

organizacionales. El proceso de evaluación se concibe de manera formativa y continua, privilegiando la valoración del desempeño a través de la resolución de problemas, la elaboración de proyectos comunicacionales, la investigación aplicada y la reflexión ética sobre la práctica profesional. De esta manera, la metodología del programa busca consolidar un aprendizaje significativo y transformador, en coherencia con la misión institucional de la Universidad Finis Terrae, orientada a la formación integral de personas comprometidas con la verdad, el bien y la belleza.

El programa considera la aplicación de las siguientes metodologías:

- » Clases Magistrales.
- » Presentación y resolución de casos
- » Trabajos grupales
- » Proyectos

## Evaluación

- » Evaluaciones parciales por cada asignatura.
- » Proyecto de grado con una institución real.
- » Defensa de proyecto.

## Horario

- » Fin de semana por medio.
  
- » Viernes: **Online** de 18:00 a 22:00 horas.
- » Sábados: **Presenciales** de 9:00 a 13:00 horas y de 14:00 a 18:00 horas.

## Requisitos para aprobar

- » Aprobación de la totalidad de las asignaturas especificadas en el plan de estudio con un mínimo de 75% de asistencia y una nota igual o mayor a 4,0
- » Presentación de Proyecto de grado y defensa.

## Requisitos de postulación

- » Certificado de Licenciatura o de Título profesional equivalente (8 semestres) en formato original o copia legalizada.
- » Cédula de identidad.
- » Curriculum Vitae.
- » Entrevista con el Director del programa.

# Malla Curricular

- Curso Sello:** Fundamentos de la Comunicación
- Diplomado CORE 1:** Diplomado en Gestión de la Comunicación Estratégica
- Diplomado CORE 2:** Diplomado en Comunicación Digital y Optimización de Campañas
- Experiencia Intensiva de Aprendizaje y Trabajo de Grado (Fundaciones u Organizaciones)**
- Diplomados Electivos:** Determinación del estudiante
- Curso base Diplomado CORE 1 y 2**

Semestre I	Semestre II	Semestre III	Semestre IV
Fundamentos de la Comunicación	IA aplicada a la Comunicación	Laboratorio de Casos 1	Laboratorio de Casos 2
Introducción a la Comunicación Estratégica	Rentabilidad de Proyectos	Taller de Consultoría BlackBox	
Gestión de Asuntos Públicos	Marketing Integrado	Proyecto Integrado BlackBox 1	Proyecto Integrado BlackBox 2
Público y Tendencias	Metodología para el Diagnóstico Comunicacional		
Introducción a la Comunicación Digital	Gestión de Crisis		
Gestión Estratégica Integrada de Comunidades	Comunicación Organizacional		
Plan de Comunicación Estratégica y Digital	Gestión Estratégica de Interfaces Digitales	Diplomado Electivo	Diplomado Electivo
Estrategia de Marketing Digital	Redes Sociales y Métricas	Diplomado Electivo	Diplomado Electivo

**Duración:** 2 años (1.800 horas totales y 556 horas docencia directa)



## Plan de estudios

### 01

#### Introducción a la comunicación estratégica

Asignatura teórico práctico de tipo introductorio que entrega los conocimientos básicos sobre los que se sustenta la comunicación estratégica a través de la revisión de casos de estudio del entorno comunicacional y corpus teórico relevante.

### 02

#### Gestión estratégica de comunidades

Asignatura teórico-práctico destinado a la comprensión de las relaciones comunitarias bidireccionales, tanto desde las empresas públicas o privadas chilenas, como desde las comunidades, en torno a un proyecto económico específico, abordando factores sociales, políticos, económicos, ambientales y comunicacionales.

### 03

#### Fundamentos de la comunicación

Asignatura teórica-práctica que expone principios centrales de la Comunicación como objeto de estudio: su definición, sus características y sus contextos. Además, revisa las principales teorías de efectos y sus implicancias en el trabajo diario de un comunicador.

### 04

#### Plan de comunicación estratégica y digital

Asignatura teórico - práctico destinado a que los estudiantes diseñen planes de comunicación para empresas e instituciones. Durante el curso se estudiará cómo analizar el entorno, mapear los stakeholders, definir los objetivos del plan de comunicaciones, definir estrategias y tácticas comunicacionales y diseñar las herramientas para medir el impacto.

## Plan de estudios

05

### Público y tendencias

Asignatura teórico práctico que aborda la definición de públicos y tendencias, y a partir de ello, las tendencias de consumo actuales que deben considerar las organizaciones a través de su comunicación.

06

### Introducción a la comunicación digital

Asignatura teórico práctico de tipo introductorio que entrega los conocimientos básicos sobre los que se sustenta la comunicación digital a través de la revisión de casos de estudio del entorno comunicacional y corpus teórico relevante.

07

### Estrategias digitales

Asignatura teórico práctico enfocado en diseñar una estrategia de comunicación digital, preparar contenidos, distribuirlos y monitorear la performance de los contenidos y campañas digitales

08

### Interfaces digitales

Asignatura teórico – Práctico orientado al desarrollo de habilidades para utilizar de manera efectiva y profesional elementos de diseño, desarrollo y usabilidad en proyectos web.

09

### Gestión de asuntos públicos

Asignatura teórico-práctico orientado a comprender cómo apoyar a las organizaciones para que su posicionamiento económico pueda traducirse en poder político que le permita relacionarse con los stakeholders y el Estado.

10

### Comunicación organizacional

Asignatura teórico - práctico enfocado en el análisis y gestión estratégica de los problemas de comunicación interna para proponer estrategias y planes para las organizaciones.

## Plan de estudios

**11**

### Gestión de Crisis

Asignatura teórico práctico que entrega los conocimientos para aplicar, a través de una metodología específica, las herramientas para administrar y gestionar una crisis de empresas, instituciones y organizaciones de cualquier tamaño y categoría.

**12**

### Rentabilidad de proyectos

Asignatura teórico práctico enfocado a determinar la rentabilidad de la ejecución de los planes de Comunicación Estratégica y Digital a través del uso de métricas específicas de comunicación, marketing y negocios.

**13**

### Metodología para el diagnóstico comunicacional

Asignatura teórico-práctico enfocado en la recolección e interpretación adecuada de datos que permitan la comprensión del entorno en el proceso de elaboración de un plan estratégico.

**14**

### Redes sociales y métricas

Asignatura teórico práctico que aborda el uso estratégico de las redes sociales y su impacto, medido a través de indicadores y con un sentido creativo.

**15**

### Inteligencia artificial aplicada a la comunicación estratégica

Asignatura teórico práctico que aborda el uso de la Inteligencia Artificial en las comunicaciones, con las herramientas disponibles.

## Plan de estudios

**16**

### Marketing integrado

Asignatura teórica práctica perteneciente a la línea de emprendimiento digital del Magíster en Comunicación Estratégica y Digital que le permitirá a los estudiantes crear, diseñar y gestionar un plan de marketing digital para marcas, instituciones, productos o servicios.

**17**

### Proyecto Integrado Black Box 1

Asignatura teórico práctico de carácter integrador destinado a la elaboración de un diagnóstico comunicacional de una organización que permita resolver un problema estratégico detectado por los estudiantes.

**18**

### Taller de consultoría Black Box

Asignatura teórico práctico que aborda la realidad de las fundaciones sin fines de lucro y su entorno.

**19**

### Laboratorio de casos

Asignatura corresponde a una serie de exposiciones de expertos sobre conflictos éticos en el ejercicio de una asesoría comunicacional en distintas áreas, como minería, estado, salud y prensa

**20**

### Proyecto Integrado Black Box 2

Asignatura teórico práctico de carácter integrador destinado a la elaboración de un plan de comunicación estratégica que contemple una propuesta de acciones y su medición de resultados.

## Cuerpo académico

### » Juan Carlos Camus

Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Diplomado en Programación de Multimedia. Fue Director de Medios Digitales de Copesa, donde desarrolló la primera versión electrónica del diario La Tercera y creó la revista Mouse, especializada en tecnología. Autor del libro "Tienes 5 Segundos" (2009) sobre gestión de contenidos digitales y co-autor de las dos ediciones de la "Guía para Desarrollo de Sitios Web - Gobierno de Chile" (2004 y 2007).

### » Patricio Abarca

Magíster en Comunicación Estratégica y Digital en la Universidad Finis Terrae y periodista de la Universidad de Chile. Director de postgrado en la Facultad de Humanidades y Comunicaciones de la Universidad Finis Terrae. Asesor de comunicaciones en LVA Índices y en The English Institute. Autor de "Pellegrini: Lecciones de la vida y el fútbol" y "Goles sagrados".

### » Paul Venturino

Magíster en Comunicación y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Magíster en Ciencia Política y Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente es socio y director ejecutivo de Strategika, empresa consultora de comunicación y asuntos públicos.

### » María De Los Ángeles Ferrer

Doctora en TIC de Diseño Web usable y accesible. Con pasantía de investigación en la Universidad Complutense de Madrid. Diseñadora gráfica, Magíster. CEO de agencia Designar.

### » Paz Crisóstomo

Doctora en investigación en medios de comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC 3M). Magíster en Comunicación política de la Universidad de Chile y periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

### » Ignacia López

Gerente de Asuntos Corporativos de SQM. Magíster en Comunicación Estratégica y Digital, y periodista de la Universidad Finis Terrae.

### » Ronald Méndez

Magíster Scientiarum en Ingeniería de control y automatización de proceso. Ingeniero civil electrónico en la Universidad Rafael Belloso Chacín, Venezuela. Director ejecutivo de la Agencia Designar UX Design.

## Cuerpo académico

### » **Rodrigo Maulén**

Periodista y mecánico digital. Consultor y profesor de Postgrado. Creador de la agencia Emporio digital y explorador avanzado de la Inteligencia Artificial en las comunicaciones.

### » **Daniela Jofré**

Magíster en Comunicación estratégica, Marketing y Negocios de la UDD. Periodista de la Universidad de Santiago. Encargada de comunicaciones internas en el Banco Central de Chile, donde es líder a cargo de la app Central +, y donde estuvo a cargo de la creación y posicionamiento de MiBe, la primera aplicación móvil de comunicaciones internas del país.

### » **Alberto Pedro López-Hermida**

Doctor en Comunicación Pública de la Universidad de Navarra, España. Director de la Escuela de Periodismo de la Universidad Finis Terrae.

### » **Gabriela Novoa**

Directora de relaciones estratégicas del Advanced Mining Technology Center de la Universidad de Chile. Magíster en Comunicación Estratégica y Digital y periodista de la Universidad Finis Terrae. Diplomada en edición y publicaciones, PUC. Especialista en minería, comunidades y asuntos públicos. Ex directora de comunicaciones del Ministerio de Minería.

### » **Francisca Lara**

Magíster en Estrategia y Gestión Creativa de la Marca, Barcelona of School of Management, España. Magíster Nuevos Medios Interactivos y Periodismo multimedia, universidad de Granada, España, Académica de la Escuela de Periodismo de la Universidad Finis Terrae.

#### IMPORTANTE


Los Programas se dictarán con un mínimo de matriculados.


La Universidad se reserva el derecho de introducir modificaciones en los Planes de Estudios antes o durante la ejecución de los mismos. Puede haber alteraciones de horarios, fechas y profesores, por fuerza mayor.





# Universidad Finis Terrae

Conoce más en [postgrados.uft.cl](https://postgrados.uft.cl)

 [admissionpostgrado@uft.cl](mailto:admissionpostgrado@uft.cl)

 [postgradosufinisterrae](https://www.facebook.com/postgradosufinisterrae)

 [postgradosfinisterrae](https://www.instagram.com/postgradosfinisterrae)

 +56 2 2420 7600

Avda. Pedro de Valdivia 1509, Casa Pocuro, Providencia.