



Universidad
Finis Terrae

Magíster en Comunicación Estratégica y Digital

Semipresencial

Inspirado en las personas



Universidad Acreditada

NIVEL AVANZADO

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

HASTA FEBRERO DE 2029





Directora del programa



Sebastián Garcés

Licenciado en Comunicación Social, Universidad de Los Andes. Magíster en Gestión de Empresas de Comunicación, Universidad de Navarra.

“Hoy es fundamental formar profesionales capaces de enfrentar los desafíos en un entorno altamente digitalizado. El programa integra la visión estratégica, permitiendo diseñar, gestionar y evaluar comunicaciones efectivas, fortalecer el posicionamiento institucional y responder con agilidad a escenarios complejos, incorporando la resolución de conflictos”.



Introducción

El Magíster en Comunicación Estratégica y Digital es un programa de carácter profesional destinado a entregar fundamentos conceptuales y elementos de aplicación práctica a los profesionales interesados en la gestión comunicacional de organizaciones. Para ello, combina la dimensión estratégica y digital como una unidad que aborda el esfuerzo que realizan las instituciones para relacionarse y fortalecer su vínculo con el entorno y también con quienes las integran.

La comunicación estratégica es una especialización de la carrera de Periodismo. Está inserta en su malla desde hace más de 15 años. La Escuela de Periodismo de la Universidad Fins Terrae es pionera en incorporar formalmente esta materia dentro de su malla académica, en 2009, cuando estableció las menciones de Comunicación estratégica y Comunicación digital.

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.

Elementos distintivos del programa

El programa ofrece una combinación sólida entre la tradicional comunicación estratégica y su dimensión digital. Cuenta con un horario flexible y adecuado a la vida profesional, con fines de semana por medio, viernes y sábado, y plantea como salida un trabajo con una institución real, en este caso, una organización sin fines de lucro.

Público objetivo

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.

Método

El programa 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. Asimismo, el programa se adapta al modelo Finis Transforma ya que tiene un trabajo de salida que es una experiencia en terreno real. El cual involucra el diseño de un plan de comunicación para una organización sin fines de lucro (Trabajo Final de Magíster). Además, el programa incorpora un curso sello, una certificación intermedia y abre espacio a tomar un diplomado electivo dentro de una variada oferta disponible.

Requisitos de admisión

- 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.





Perfil de egreso

- ➔ El(la) graduado(a) del Magíster en Comunicación Estratégica y Digital será un profesional con formación avanzada para comprender, diagnosticar y transformar los procesos comunicacionales de cualquier organizaciones pública o privada, fortaleciendo su relación con grupos de interés y su posicionamiento efectivo en entornos digitales.
- ➔ Integra una base teórica con profundas competencias prácticas y un compromiso social y ético que le permiten anticipar escenarios, generar valor estratégico y conducir procesos de innovación comunicacional en contextos complejos y cambiantes.



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)
- Diplomado Flexible: Determinación del estudiante
- Curso Base Diplomado CORE 1 y 2

Semestre I	Semestre II	Semestre III	Semestre IV
Fundamento de la Comunicación (1 SCT)	IA Aplicada a la Comunicación (2 SCT)	Laboratorio de Casos 1 (1 SCT)	Laboratorio de Casos 2 (2 SCT)
Introducción a la Comunicación Estratégica (2 SCT)	Rentabilidad de Proyectos (1 SCT)	Taller de Consultoría BlackBox	
Gestión de Asuntos Públicos (2 SCT)	Marketing Integrado (2 SCT)	Proyecto Integrado BlackBox 1 (11 SCT)	Proyecto Integrado BlackBox 2 (10 SCT)
Público y Tendencias (2 SCT)	Metodología para el Diagnóstico Comunicacional (2 SCT)		
Introducción a la Comunidad Digital (2 SCT)	Gestión de Crisis (2 SCT)		
Gestión Estratégica Integrada de Comunidades (2 SCT)	Comunicación Organizacional (2 SCT)		
Plan de Comunicación Estratégica y Digital (2 SCT)	Gestión Estratégica de Interfaces Digitales (2 SCT)	DIPLOMADO FLEXIBLE	
Estrategía de Marketing Digital (2 SCT)	Redes Sociales y Métricas (2 SCT)		
		Curso Eectivo (2 SCT)	Curso Eectivo (2 SCT)
		Curso Eectivo (2 SCT)	Curso Eectivo (2 SCT)

Plan de estudios

→ **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.

→ **Gestión estratégica integrada 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.

→ **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.

→ **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.

→ **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.

→ **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.

→ **Estrategia de marketing digital**

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

→ **Gestión estratégica de 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.

→ **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.

→ **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.

→ **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.

→ **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.

→ **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.

→ **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.

→ **Inteligencia artificial aplicada a la comunicación**

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

→ **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.

→ **Proyecto Integrado Black Box I**

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.

→ **Taller de consultoría Black Box**

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

→ **Laboratorio de casos I**

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

→ **Laboratorio de casos II**

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.

→ **Proyecto Integrado Black Box II**

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.

→ **Diplomado flexible**

Corresponde a los diplomados flexibles que ofrece la Universidad. La definición específica de la oferta se realizará en coordinación con la DGP-VRA, considerando aquellos programas que resulten pertinentes para su integración.

Núcleo académico

DIRECTOR

→ **Sebastián Garcés**

Master en Gestión de Empresas de Comunicación, Universidad de Navarra. Periodista. Universidad de Los Andes. Consultor estratégico en 3Consultores.

DOCENTES

→ **Juan Carlos Camus**

Magíster en Edición, Universidad Diego Portales.

→ **Alberto López-Hermida**

Doctor en Comunicación Pública, Universidad de Navarra.

→ **Paul Venturino**

Magíster en Comunicación y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona.

→ **Gabriela Novoa**

Magíster en Comunicación estratégica y digital, Universidad Finis Terrae.

→ **Paz Crisóstomo**

Doctora en Investigación en Medios, Universidad Carlos III de Madrid, España.

→ **Oswaldo Vergara**

Doctor en Ciencias, mención Gerencia, Universidad Rafael del Valle, en Venezuela.

→ **Rodrigo Maulén**

Magíster en Marketing y Comunicación Aplicada, Universidad del Desarrollo.

→ **Ignacia López**

Magíster en Comunicación estratégica y digital, Universidad Finis Terrae.

→ **Ronald Méndez**

Magíster Scientiarum en Ingeniería de Control y Automatización de Procesos, Universidad Rafael Bellosó Chacín de Maracibo, en Venezuela.

→ **Francisca Lara**

Magíster en Estrategia y Gestión Creativa de la Marca, Barcelona of School of Management, España.

→ **Daniela Jofré**

Magíster en Comunicación Estratégica Marketing y Negocios, Universidad del Desarrollo.

→ **Fernanda Moena**

Magíster en Comunicación estratégica y digital, Universidad Finis Terrae.

→ **José Manuel Valdivieso**

Magíster en Comunicación Integrada, Universidad del Desarrollo.

→ **Claudio Racciatti**

Magíster en Biología Cultural, Universidad Mayor-Instituto Matriztco.

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.

Conoce más en postgrado.finis.cl



postgrado@uft.cl



@postgradosfinis



@postgradosfinisterrae

Avda. Pedro de Valdivia 1509, Providencia.