

Universidad Finis Terrae

Diplomado en Comunicación Deportiva Digital

Semipresencial

Inspirado en las personas

CNA Comisión Nacional de Acreditación Chile

Universidad Acreditada

NIVEL AVANZADO

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

HASTA FEBRERO DE 2029

FACULTAD DE HUMANIDADES Y COMUNICACIONES


go greens!

Inspirado en las personas

Director del programa



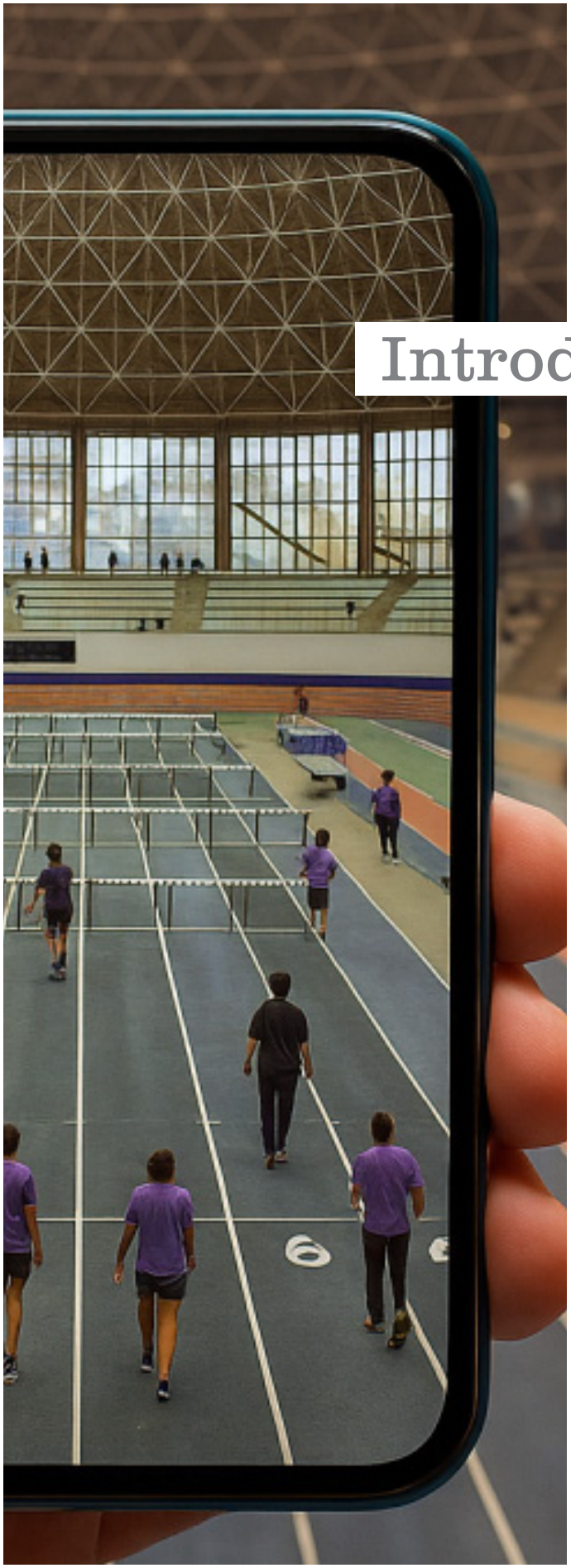
Cristián Salas

Máster en Social Media: Gestión y Estrategia,
Universitat Oberta de Catalunya.

«La industria deportiva atraviesa una profunda transformación impulsada por las nuevas plataformas, los cambios en las audiencias, los datos, la inteligencia artificial y la aparición de nuevos modelos de comunicación y negocio. Este escenario requiere profesionales capaces de comprender el deporte más allá de los contenidos y de desarrollar estrategias que conecten organizaciones, marcas, deportistas y comunidades.

El Diplomado en Comunicación Deportiva Digital nace para responder a este desafío mediante una formación aplicada y estrechamente vinculada con la industria. A lo largo del programa, los estudiantes trabajarán estrategia, marca, audiencias, contenidos, social media, analítica, inteligencia artificial, patrocinio, monetización e innovación, aprendiendo de profesionales que actualmente se desempeñan en distintos ámbitos del ecosistema deportivo.

Los invitamos a ser parte de una experiencia formativa orientada a comprender los cambios de la industria y, sobre todo, a desarrollar herramientas para participar activamente en su transformación».



Introducción

El Diplomado en Comunicación Deportiva Digital de la Universidad Finis Terrae busca formar profesionales capaces de diseñar y desarrollar estrategias y proyectos de comunicación para organizaciones, marcas, deportistas, eventos y emprendimientos de la industria Deportiva. El programa integra comunicación estratégica, branding, audiencias, social media, producción de contenidos, SEO, analítica, inteligencia artificial, influencer marketing, innovación y modelos de negocio.

Objetivo General

Fortalecer conocimientos y herramientas para el diseño de estrategias y proyectos de comunicación Deportiva digital, articulando el análisis del ecosistema deportivo con la gestión de marcas, audiencias, contenidos, plataformas, datos e innovación, para abordar necesidades y oportunidades de comunicación en la industria Deportiva.

Dirigido a

Profesionales y técnicos vinculados o interesados en la industria Deportiva y la comunicación, especialmente periodistas, comunicadores, publicistas, profesionales del marketing y las relaciones públicas, gestores deportivos, productores de contenidos, community managers y profesionales que se desempeñen en clubes, federaciones, medios, agencias, marcas, eventos y organizaciones Deportivas. También está dirigido a deportistas, exdeportistas y emprendedores interesados en desarrollar competencias para gestionar estratégicamente proyectos de comunicación en el ecosistema deportivo digital.

Metodología

El programa se desarrolla mediante metodologías activas y aplicadas, orientadas a vincular los contenidos con situaciones y desafíos propios del ecosistema deportivo digital. Se combinan clases expositivas participativas, análisis de casos, talleres prácticos, resolución de problemas, trabajo colaborativo y aprendizaje basado en proyectos, favoreciendo la aplicación progresiva de conocimientos y herramientas en el diseño de estrategias y propuestas de comunicación. A lo largo del Diplomado, las y los estudiantes desarrollan actividades vinculadas con el análisis de la industria y sus audiencias, la gestión de marcas y reputación, la producción y distribución de contenidos, el uso de plataformas y datos, y la innovación y los modelos de negocio. El proceso culmina con un Proyecto Integrador Final, en el que se articulan los aprendizajes adquiridos para responder a una necesidad u oportunidad del ecosistema deportivo.



Perfil de egreso

El/la egresado/a del Diplomado en Comunicación Deportiva Digital contará con conocimientos y herramientas para desarrollar estrategias y proyectos de comunicación en el ecosistema deportivo digital. Podrá analizar la industria, sus audiencias y grupos de interés; gestionar marcas y reputación; planificar, producir y distribuir contenidos en distintas plataformas; y utilizar datos y tecnologías digitales para orientar la toma de decisiones. Asimismo, podrá integrar herramientas de innovación y modelos de negocio en el desarrollo de propuestas de comunicación pertinentes a las necesidades y oportunidades de organizaciones, marcas, deportistas, eventos y emprendimientos deportivos, actuando con criterios estratégicos, éticos y de sostenibilidad.

Competencias adquiridas

Diseña estrategias y proyectos de comunicación Deportiva digital, integrando el análisis de la industria y sus audiencias, la gestión de marcas y reputación, la producción y distribución de contenidos, el uso estratégico de plataformas y datos, y herramientas de innovación y modelos de negocio, para responder de manera estratégica, ética y sostenible a necesidades y oportunidades del ecosistema deportivo.



Requisitos de postulación

- Currículum Vitae.
- Certificado de título profesional o grado académico legalizado.
- Cédula de Identidad.

Horario

- Sábado, 9:00 a 13:00 hrs.

Duración

- 192 horas total, 8 SCT.

Plan de estudios

Industria y estrategia de la comunicación deportiva
Asignatura teórico-práctica orientada al análisis del ecosistema deportivo y al diseño de estrategias de comunicación aplicadas a organizaciones y proyectos del sector. Aborda la estructura y actores de la industria, el diagnóstico comunicacional, las audiencias y grupos de interés, la planificación estratégica, las relaciones públicas y la comunicación de crisis, favoreciendo la formulación de acciones pertinentes a las necesidades y oportunidades del contexto deportivo.

Marca, contenidos y reputación
Asignatura teórico-práctica orientada al diseño y gestión estratégica de marcas en el ecosistema deportivo. Aborda identidad y posicionamiento, storytelling, marca personal, reputación, audiencias y comunidades, fan engagement, influencer marketing y branded content, favoreciendo la construcción de vínculos relevantes entre marcas, organizaciones, deportistas y sus públicos.

Social Media y producción de contenidos
Asignatura teórico-práctica orientada al diseño, producción, distribución y evaluación de contenidos deportivos en entornos digitales. Aborda estrategia de social media, producción audiovisual, narrativas multiplataforma, SEO, gestión de comunidades, analítica digital e inteligencia artificial, favoreciendo la creación y optimización de contenidos pertinentes para las audiencias deportivas.

Innovación, Negocios y Proyecto Integrador
Asignatura teórico-práctica e integradora orientada al diseño de proyectos de comunicación Deportiva digital aplicados a necesidades y oportunidades del ecosistema deportivo. Aborda emprendimiento, innovación, modelos de negocio, patrocinio, monetización, tecnologías emergentes y sostenibilidad, articulando los aprendizajes del Diplomado en el desarrollo y fundamentación de un Proyecto Integrador Final.

Cuerpo académico

Director del diplomado

Cristián Salas
Máster en Social Media: Gestión y Estrategia, Universitat Oberta de Catalunya. Periodista y Licenciado en Comunicación Social, Universidad Católica de la Santísima Concepción. Director de PostData Finis.

Docentes

Ignacio Ros
Postgraduate Program in Screenwriting, New York Film Academy. Senior Brand Copywriter & Screenwriter de Inter Miami CF.

José Antonio Giordano
Magíster en Dirección y Gestión del Deporte, Universitat Pompeu Fabra. Gerente de Comunicaciones y Marketing del Comité Olímpico de Chile / Team Chile.

Manuela Urroz Richter
Postgraduate in Sport Management, Johan Cruyff Institute. Capitana de la Selección Chilena de Hockey Césped / Ex Relaciones Corporativas de Decathlon Chile.

Leopoldo Iturra
Magíster en Comunicación, mención Comunicación Digital, Universidad de Santiago de Chile.
Gerente de Comunicaciones, Azul Azul / Club Universidad de Chile.

Militza García Vásquez
Máster en Desarrollo Organizacional, Universitat Pompeu Fabra. Gerente de Comunicaciones y Asuntos Corporativos, Blanco y Negro S.A. / Colo-Colo.

Sergio Betancourt Silva
Periodista, Universidad del Desarrollo. Communications Manager de Red Bull Chile.

Víctor Cáceres Massara
Periodista, Universidad Diego Portales. CEO de We Vibe Agency.

Cuerpo académico

Luis Marambio Torres
Periodista, Universidad de Chile. Periodista deportivo y creador de contenidos digitales independiente.

Diego Vega Rojas
Periodista con mención en Comunicación Digital, Universidad Internacional de La Rioja. Editor de AS Chile y Jefe de Comunicaciones de Patagonian International Marathon.

Ítalo Morales Salinas
Máster en Dirección de Marketing, IEM Digital Business. School. Director de Contenidos Digitales de PRISA Media Chile y Editor General de AS Chile.

Sebastián Molina Rillón
Periodista, Universidad de los Andes. CEO y director de DLT Sports.

Rodrigo Anguita
Máster en Big Data Deportivo y Analítica Deportiva, Universidad Católica San Antonio de Murcia. Sports Marketing Manager LATAM de Skechers.

Javier Martínez Saa
Magíster en Gestión y Políticas Públicas, Universidad de Chile. Cofundador y CEO, SportsCoLab.

Luis Rivera Talpen
Periodista, Universidad Andrés Bello. Director de Proyectos de Eventos Deportivos.

IMPORTANTE

Los antecedentes de este brochure corresponden a la planificación vigente para la cohorte indicada. Por razones académicas u operativas debidamente justificadas, podrán realizarse ajustes al calendario y a la nómina de académicos, los que serán comunicados oportunamente. Cualquier ajuste deberá respetar los términos y condiciones esenciales del programa ofrecido y la normativa institucional aplicable.



Conoce más en postgrado.finis.cl

admisionpostgrado@uft.cl

postgradosufinisterrae

postgradosfinisterrae

Avda. Pedro de Valdivia 1509, Providencia.