

Diplomado en

# Comunicaciones en marketing

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

[ingenieriaindustrial.ing.uc.cl](http://ingenieriaindustrial.ing.uc.cl)

## Índice

Descripción	02
.....	
Información general	03
.....	
Metodología	04
.....	
Contenidos	05
.....	
Profesores	09
.....	
Certificación	10
.....	
Propuesta de valor UC	11
.....	
Contacto	12

## Diplomado en Comunicaciones en marketing



**Duración**  
300 horas



**Modalidad**  
Online Mixta



**Sence**  
Cobertura: 100%

### Descripción

La comunicación es una herramienta estratégica esencial dentro de las organizaciones para posicionarse en el mercado, por lo que es importante la transmisión del mensaje que se quiere comunicar con respecto a posicionamiento, diferenciación y creación de valor.

Dentro de este contexto, el diplomado en Comunicaciones en Marketing tiene como propósito entregar conocimiento detallado del proceso de comunicaciones y su impacto, como también la alineación que debe tener con la estrategia organizacional en la elaboración de un plan de comunicaciones integradas. El programa busca capacitar y proveer de herramientas para conocer, analizar y poder planificar, desarrollar y gestionar estrategias comunicacionales efectivas que repercutan positivamente en la imagen de la empresa y en las ventas de productos y servicios a través de distintos canales, incluyendo las redes sociales y plataformas digitales.

Los cuatro cursos que forman el diplomado, son en formato e-learning, el cual permite construir aprendizajes a partir de los aportes de los participantes y entrega flexibilidad en los horarios de estudio. Los participantes podrán interactuar con sus compañeros y tutores a través de mensajería y foros de discusión aplicados a las temáticas tratadas, incorporando sus distintas visiones y diversidad de experiencias, enriqueciendo la reflexión y la apropiación de los conceptos claves de estas temáticas.

### Malla académica

#### Curso 1

Curso en  
Storytelling: La  
estrategia como  
relato

#### Curso 2

Curso en  
Comunicación de la  
propuesta de valor

#### Curso 3

Curso en  
Comunicaciones  
integradas de  
marketing

#### Curso 4

Curso en  
Herramientas para  
optimización y  
desarrollo de  
estrategias para  
redes sociales

(\*) El orden de los cursos dependerá de la fecha en que te matricules

## ¿A quién va dirigido?

Analistas de marketing y de comunicaciones internas y externas de las organizaciones.

## Resultados de Aprendizaje General

- Elaborar una propuesta comunicacional integral desde la base del marketing con foco en la generación de valor para organizaciones que comercializan productos o servicios.

## Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Grado académico, título profesional universitario y/o título técnico.
- Experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del curso.
- Manejo básico de office e internet.
- Conocimiento del idioma inglés a nivel lectura.

### Medios de pago Chile

- 12 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros diplomados y 3 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros cursos. En caso de existir interés, este será generado específicamente por su banco.
- Transferencia bancaria.

### Medios de pago Internacional

- Pago al contado a través de transferencia bancaria
- Pago en cuotas para nuestros diplomados a través de cuponera electrónica (\*)
- Pago a través de Paypal

(\*) Cuponera electrónica: Sistema de pago en cuotas, sin interés.

## Metodología 100% Online



### Aprendizaje interactivo y con acompañamiento de tutores

Contamos con una plataforma LMS que permite acceder a contenidos interactivos, participar en clases en vivo y conectarte con otros participantes desde cualquier lugar. Cada programa incluye un tutor académico que te orientará y resolverá tus dudas a través de la plataforma.

### Clases grabadas y en vivo con evaluación en línea

Cada curso incluye 6 clases online, que puedes realizar a tu ritmo y 2 sesiones en vivo por streaming, lideradas por académicos expertos. Podrás interactuar, hacer preguntas y debatir con tus compañeros. Al finalizar, se realiza una evaluación en línea con acceso a instrucciones y soporte técnico.

### Material de estudio

Desde el inicio tendrás acceso al material de estudio necesario, incluyendo clases, videos, casos, papers y más, todo disponible en línea en cualquier momento.

**Estrategias metodológicas:** Cada curso está constituido de 6 clases e-learning y 2 clases sincrónicas:

- Aprendizaje autónomo asincrónico
- Clase expositiva
- Foro formativo
- Controles formativos

**Estrategias evaluativas:** Cada curso cuenta con las siguientes actividades de evaluación formativa:

- 6 controles individuales
- 3 foros
- 1 examen
- 1 trabajo grupal

1

Contenido del Curso en:

## Storytelling: La estrategia como relato

Profesora: María Soledad Puente

### Relato Organizacional: un general y un particular

- Relato Organizacional.
- Los roles de los stakeholders.
- La estrategia son las historias que constituyen un relato.
- Las metas unen estrategia y storytelling.
- A mayor transformación, mejor historia.
- Las acciones humanas son las historias: la suma constituye el relato.

### ¿Por qué una historia? El valor empático de las acciones

- 1° Por imitación.
- 2° Por identificación.
- 3° Vicario.
- 4° Empatía.
- 5° Hay historias de ficción.
- 6° Hay historias de no ficción.
- 7° La lección que saco.
- Diseño de una matriz.

### Lo dramático o el valor de la acción para generar cambios en la organización

- Memoria, interés y conciencia.
- La narración de una acción humana completa puede ser memorable.
- La belleza está en la armonía.
- Drama versus acción.

### La curva dramática en tres actos

- La premisa.
- Tres actos.
- Curva dramática.

### Personajes: protagonista versus antagonista

- Protagonista versus antagonista.
- El primer luchador.
- Las oposiciones a las que se enfrenta el protagonista.
- El antagonista.
- Las complicaciones.
- Los obstáculos.

### Relación narrador/a y escucha

- El líder/narrador y la selección de la historia.
- Contribución de la neurociencia.
- Aportar desde la narración o storytelling. El guión.
- Historias para recordar.

## 2

### Contenido del Curso en: **Comunicación de la propuesta de valor**

/ Profesor: Matías Wolff

#### Segmentación de mercado

- 6D.
- Metodología IMC.
- Identificación y segmentación del target apropiado.
- Modelos de segmentación.

#### Proceso de Decisión de Compra

- Embudo de compra.
- Etapas del viaje del consumidor: Toma de conciencia de una necesidad y consideración.
- Etapas del viaje del consumidor: Decisión de compra y valoración del producto.
- *Jobs to be done.*

#### Posicionamiento

- ¿Qué es la propuesta de valor?
- Modelos para la redacción y diseño de una propuesta de valor.
- Posicionamiento.
- Tipos de posicionamientos.

#### Definición de Objetivos de Comunicación

- Definición de objetivos.
- Cómo definir los objetivos.
- Modelos de comunicación y su aplicación.
- Modelo de los 5 efectos de la comunicación según Larry Percy.

#### Relato de Marca

- Un relato de marca es la expresión narrativa del ADN de la empresa.
- Estructuras de las historias.
- Estructura del camino del héroe y los 8 pasos de la estructura de Dan Harmon.
- ¿Por qué es importante un relato de marca? ¿Qué hace una buena historia?
- Seis consejos para contar historias destacadas.

#### Estrategia de Contenidos

- 3 tipos de marketing de contenido.
- 3 pasos para crear una estrategia de contenidos estrategia digital.
- *Inbound marketing vs. digital marketing.*
- Pasos para crear una estrategia digital.

3

Contenido del Curso en:

## Comunicaciones integradas de marketing

Profesor: Luis Fernando Allende

### Introducción a las comunicaciones integradas de marketing

- El concepto de CIM (Comunicaciones integradas en marketing)
- Las herramientas de CIM
- El proceso de comunicación
- Modelos de respuesta y comunicación

### Bases estratégicas de CIM

- El marketing del malabarismo
- Análisis CPM
- Análisis STP

### Estrategia Creativa

- El concepto de Creatividad.
- El Proceso y Técnicas Creativas.
- Modelos de Estrategia Creativa.

### Modelo 7 P

- Las herramientas del modelo
- Las partes del modelo

### Herramientas de CIM

- Las Herramientas masivas
- Las Herramientas personales.
- Otras herramientas.

### El Plan CIM

- La cadena publicitaria
- Las agencias de publicidad
- El nuevo modelo
- El arte y la ciencia de las CIM



## 4 Contenido del Curso en: Herramientas para optimización y desarrollo de estrategias para redes sociales

Profesor: Ariel Jeria

### Como desarrollar una completa estrategia en RRSS

- Definir objetivos y KPIs.
- Que es un Benchmark y para que se utiliza.
- Definamos nuestro público objetivo.
- Selección de redes sociales: donde poner los esfuerzos.
- Definir periodicidad de publicación.
- Subir contenido, escuchar, patrocinar y retroalimentar la estrategia.

### Marketing de contenidos en plataformas digitales

- La importancia del *Branded content*.

### Deep Dive I: Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn

- Facebook.
- Instagram.
- X (Twitter).
- LinkedIn.

### Deep Dive II: YouTube, Whatsapp, Messenger y Tiktok

- Youtube.
- TikTok.
- WhatsApp.
- Messenger.

### Influenciadores, manejo de crisis en redes sociales y social listening

- Marketing de influenciadores.
- Manejo de crisis en redes sociales.
- *Social listening* o escucha social.
- Métricas cuantitativas y cualitativas.

### Analítica y KPIS para medir el éxito en redes sociales

- Segmentación: Como hacerlo de manera eficiente.
- Métricas más relevantes en Redes Sociales. ¿Cuáles son?

## Profesores



**Sergio Maturana**

Ph.D. in Management,  
University of California, Los  
Ángeles, UCLA, Los Ángeles,  
USA.

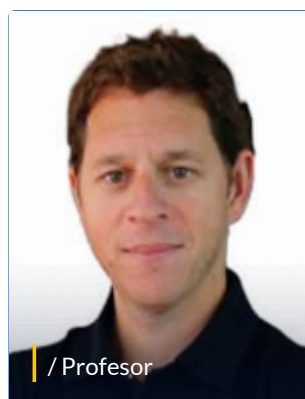
Jefe de programa



**María Soledad Puente**

Doctora en Ciencias de la  
Información de la  
Universidad de Navarra,  
Pamplona, España.

Profesora



**Matías Wolff**

Magíster ESMA (España)

/ Profesor



**Luis Fernando Allende**

MBA Pontificia Universidad  
Católica de Chile

Profesor



**Ariel Jeria**

MBA, Pontificia Universidad  
Católica de Chile, Santiago,  
Chile.

Profesor

## Certificación



### Insignia Digital

Al finalizar el programa, recibirás esta insignia digital, que podrás incorporar en tu CV o compartir en LinkedIn. Estas insignias detallan exhaustivamente los logros y habilidades del estudiante, proporcionando una forma moderna, precisa y verificable de documentar conocimientos en contraste con los métodos tradicionales. También podrás añadirlas a una billetera digital o integrarlas en la firma de tu correo electrónico.

### Certificado



### Diploma



Todos nuestros certificados se pueden verificar en línea

### Certificados apostillados

Una de las características más importantes de los títulos emitidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile es que pueden ser apostillados gracias al Convenio de la Apostilla de la Haya. La Apostilla es una certificación única que permite agilizar el proceso de acreditación y certificación de títulos o documentos extranjeros en algún país miembro del Convenio de la Apostilla. Los documentos emitidos en Chile para ser utilizados en un país miembro del Convenio de la Apostilla que hayan sido certificados mediante una Apostilla, deberán ser reconocidos en cualquier otro país del convenio sin necesidad de otro tipo de certificación. La Universidad no se hace parte de la gestión de apostillarlo. Más información sobre el proceso de Apostilla.

## ¿Por qué elegirnos?

N°1

De Chile  
Ranking QS 2026

N°116

En el mundo  
Ranking QS 2026

7 AÑOS

De acreditación  
en las 5 áreas evaluadas  
por CNA

N°1

En Chile  
En solicitudes de  
patentes de invención

## Lo que nos distingue

### Profesores de clase mundial

Nuestro proceso educativo es apoyado y guiado por la excelencia, el sello y el prestigio de los académicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, formados en las mejores universidades a nivel mundial.

### Moderno modelo pedagógico

Contamos con una plataforma interactiva, con la última tecnología en educación a distancia, que te permitirá vivir la experiencia del aprendizaje en línea: Acceso a clases en vivo y constante interacción en foros, con académicos y tutores.

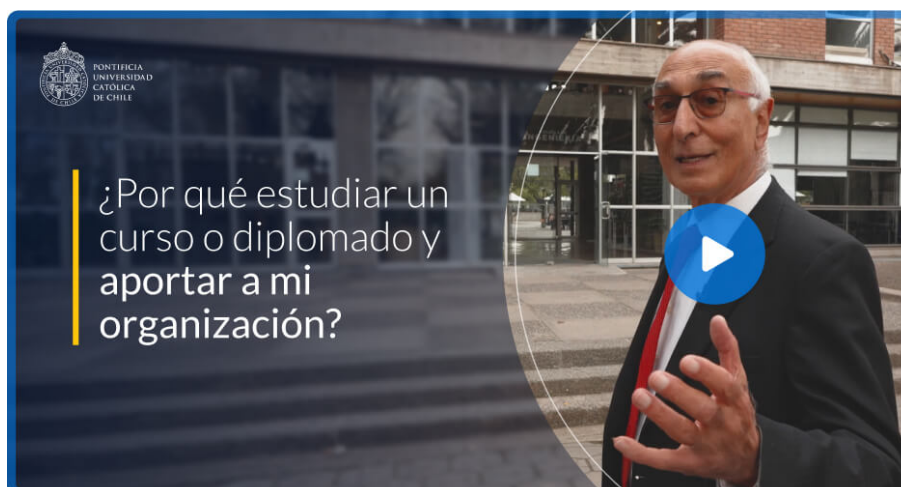
### Flexibilidad

Tenemos diversos programas académicos que impartimos con un exclusivo e innovador sistema de aprendizaje, enfocado en la flexibilidad y adaptado a tus necesidades de tiempo y espacio, permitiendo que puedas estudiar donde quieras y cuando quieras.

### Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

## Desarrolla el talento dentro de tu empresa



Conoce cómo impulsamos el desarrollo profesional con programas flexibles y certificados.

## Contacto



**Kristal Ulloa**

Ejecutiva de Admisión

[kristal.ulloa@uc.cl](mailto:kristal.ulloa@uc.cl)



**Paulina Valenzuela**

Ventas Corporativas

[pvalenzr@uc.cl](mailto:pvalenzr@uc.cl)



+569 3400 2670



[infoindustrial.ing@uc.cl](mailto:infoindustrial.ing@uc.cl)



[ingenieriaindustrial.ing.uc.cl](http://ingenieriaindustrial.ing.uc.cl)



# Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados