

Diplomado en

# Gestión estratégica de las comunicaciones

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 Gestión estratégica de las comunicaciones



**Duración**  
300 horas



**Modalidad**  
Online Mixta



**Sence**  
Cobertura: 75%

### Descripción

En la actualidad, la comunicación estratégica es considerada una poderosa disciplina para el éxito de los negocios y la creación de valor en empresas e instituciones. Se trata de aprovechar todos los recursos comunicacionales, externos e internos de la organización, para transmitir los mensajes e ideas, y así, alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

Este diplomado busca crear conciencia de la importancia de las comunicaciones y de su contribución para la creación y consolidación de valor económico y liderazgo social. Asimismo, a través de casos específicos se analizará el impacto que logra en la sociedad actual. Los estudiantes se enriquecerán con conocimientos de gestión, muy relevantes a la hora de implementar exitosamente un proyecto comunicacional estratégico. Se busca, también, dar una mirada global a la estrategia de negocios, lo que es fundamental para diseñar y aplicar adecuados planes de comunicación corporativa. En este diplomado recibirán capacitación en metodologías propias de la gestión de empresas a nivel superior, que incluyen la gestión estratégica, responsabilidad social, liderazgo, organización, control de gestión y manejo político, entre otros.

### Malla académica

#### Curso 1

Curso en  
Storytelling: La  
estrategia como  
relato

#### Curso 2

Curso en  
Herramientas de  
comunicación  
estratégica en las  
organizaciones

#### Curso 3

Curso en  
Herramientas de  
gestión para la  
dirección de  
organizaciones

#### 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?

Profesionales que trabajen en organizaciones públicas o privadas que deseen implementar estrategias comunicacionales. También, todos aquellos empresarios, ejecutivos y profesionales que desean conocer y aplicar las técnicas de la Comunicación Corporativas, con una visión estratégica y de gestión.

## Resultado de aprendizaje general

- Aplicar distintos recursos comunicacionales para transmitir los mensajes e ideas fuerza en la organización.

## 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.
- 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: **Herramientas de comunicación estratégica en las organizaciones**

Profesor: Eduardo Opazo

Profesor: Sergio Godoy

### Stakeholders al poder

- El rol de los stakeholders y la estrategia corporativa
- Qué es realmente comunicar
- Realidad, percepciones y fuentes de la reputación
- El rol de asuntos corporativos en la organización: sistema nervioso central.
- Principales tareas de asuntos corporativos.

### La tribu de los medios y la comunicación en el entorno digital

- La tribu de periodistas e influenciadores
- El rol informativo de medios y plataformas
- Trébol de medios y medios PESO
- La esfera digital en la gestión de las comunicaciones

### La tribu interna y la comunicación dentro de la organización

- Los límites difusos de lo interno y lo externo
- La “tribu interna” y la importancia del discurso corporativo
- Procesos críticos y el “ecosistema” de la comunicación interna.
- Comunicación interpersonal y mediada en las organizaciones.
- Desafíos del “alineamiento” y de la comunicación de la estrategia corporativa

### Las tribus del dinero, las comunidades y el poder

- Aspectos esenciales de la comunicación financiera, sus protocolos y el ecosistema que la rodea
- Aspectos esenciales de la comunicación con los organismos del Estado, sus protocolos y el ecosistema que la rodea
- Aspectos esenciales de la comunicación con comunidades, sus protocolos y el ecosistema que la rodea
- Legitimidad social, principios ESG (ambientales, sociales, de gobernanza), greenwashing

### Riesgos comunicacionales, issues y crisis

- Comunicación como función de escucha y prospección del entorno de stakeholders
- Análisis y gestión de issues
- Quiebres de expectativas y conflictos de grupos favorables u hostiles
- Principios de gestión de crisis reputacionales

### Sí, es estratégica: indicadores (KPIs)

- La escala descendente de la estrategia y la escala ascendente de indicadores
- Desafíos de definir indicadores en comunicación estratégica
- Características y niveles de análisis.

3

Contenido del Curso en:

## Herramientas de gestión para la dirección de organizaciones

Profesor: Julio Pertuzé

### ¿Por qué existen las empresas?

- El desarrollo histórico de las empresas.
- Factores que inciden en la evolución de las empresas.
- El “diseño dominante” y sus consecuencias.
- Orígenes y valor de la Responsabilidad Social Corporativa.

### ¿Cuáles son las tareas fundamentales de un ejecutivo?

- Definición de modelo de negocio y sus elementos principales.
- Definición de estrategia y su utilidad en la empresa.
- Elementos críticos del desarrollo organizacional.

### ¿Qué mueve a las personas dentro de una organización?

- Motivaciones intrínsecas y extrínsecas.
- Teoría de los cuatro impulsos.
- Congruencia entre la estrategia organizacional y la motivación individual.
- Motivación y las nuevas generaciones.

### ¿Qué es y cómo afecta la cultura a la organización?

- Definición de la cultura organizacional.
- Efectos de la cultura organizacional.
- Cultura organizacional en Chile.
- Creación y administración de una cultura emocional.

### ¿Por qué existen tantas formas distintas de organización?

- Teoría de la Ecología Organizacional.
- Arquetipos Organizacionales.
- Ambidiestría organizacional y sus estrategias.
- Efectos de la estructura organizacional en la capacidad de ambidiestría.

### Tareas y procesos organizacionales

- Límites de la memoria y la racionalidad.
- Funcionamiento de la toma de decisiones individual.
- Características de la toma de decisiones grupales.
- Reparos cognitivos y trampas organizacionales.



## 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



**Ariel Jeria**

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

Profesor



**María Soledad Puente**

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

Profesora



**Eduardo Opazo**

MBA de la Universidad  
Adolfo Ibáñez, Chile.

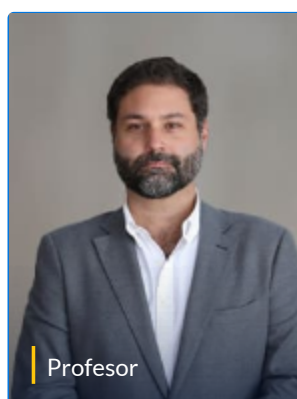
Profesor



**Sergio Godoy**

Ph.D. in Communication and  
Media Studies, University of  
Westminster, Reino Unido.

Profesor



**Julio Pertuzé**

Ph.D. in Systems  
Engineering, Massachusetts  
Institute of Technology,  
Massachusetts, USA.

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.

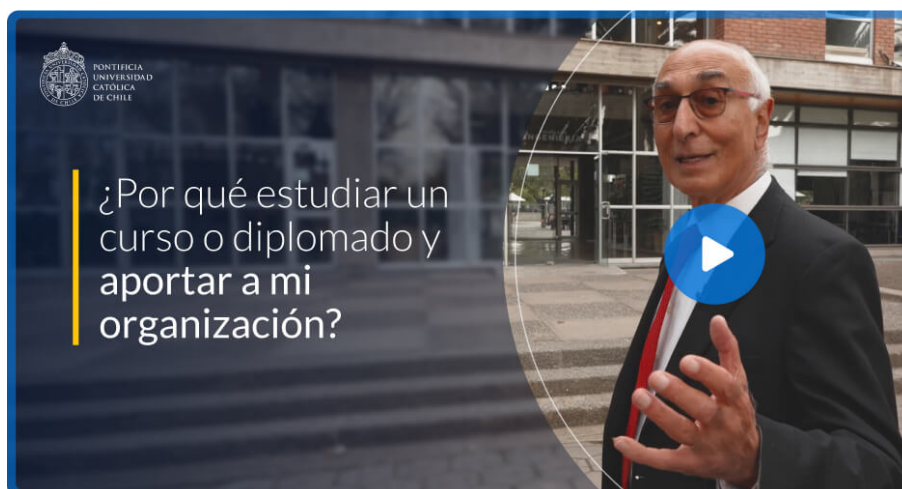
### Flexibilidad

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