



FACULTAD DE COMUNICACIONES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CHILE

# MCEst

---

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN  
ESTRATÉGICA



# LIDERAZGO

## FACULTAD DE COMUNICACIONES

La Facultad de Comunicaciones UC es la única en Chile que se ubica entre las 100 primeras de su área a nivel mundial, según el último ranking QS. En esta posición solo hay otras dos universidades latinoamericanas (UNAM y Universidad de São Paulo). Nuestra Facultad destaca principalmente por su investigación y calidad de profesores. En los últimos 5 años, sus académicos han obtenido más de 50 fondos de investigación —entre los que se cuentan proyectos Fonrap, Fondecyt, Fondef, Iniciativa Científica Milenio,

Pluralismo y fondos internacionales— y han publicado más de 100 papers en revistas de alto impacto académico. El 83% de los profesores de la Facultad cuenta con estudios de magíster y doctorado, entre los que se incluyen 23 académicos con grado de doctor. Además, la Facultad cuenta con varios laboratorios de investigación aplicada, como el Social Listening Lab (SoL), el Observatorio de Consumo, Cultura y Sociedad (OCCS), el Social Com Lab (SCL), y Tren Digital.

# CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Nos distingue la capacidad de aplicar investigación en la solución de problemas comunicacionales enfatizando los aspectos relacionados con el diagnóstico, estrategia, diseño y evaluación de proyectos de comunicación. A través de una malla curricular dinámica y flexible, que integra los nuevos programas de redes sociales y comunicación digital, el magíster ofrece un campo de perfeccionamiento digital para aquellos profesionales que quieren profundizar en esta área cada vez más necesaria para los comunicadores corporativos.

# **REQUISITOS:**

- Licenciatura o Título profesional equivalente emitido por un Instituto o Universidad chilena/extranjera.
- Dominio de inglés que permita la comprensión de textos especializados.

# **VALOR:**

**Precio del programa: \$7.026.000 pesos chilenos**

# ¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

El programa de magíster está orientado a profesionales interesados en especializarse o perfeccionar sus conocimientos en el campo de la comunica-

ción corporativa con el objeto de **crear, administrar y liderar proyectos de comunicación en organizaciones públicas y privadas.**



## COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

**Ejecutivos que busquen presentar sus ideas e información de manera concisa, creativa y convincente** para múltiples audiencias y medios de comunicación, sabiendo comprender y responder estratégicamente a las necesidades cambiantes de los públicos que utilizan todas las formas y canales de comunicación.



## COMUNICACIÓN CORPORATIVA

**Buscamos profesionales que requieran mayores habilidades en la gestión estratégica de las comunicaciones** para realizar cambios en sus empresas gestionando de forma más innovadora las comunicaciones.



## COMUNICACIÓN PÚBLICA

**Profesionales que busquen alcanzar una visión modernizadora del rol de las comunicaciones en el mundo público.** Gestores que sean interlocutores válidos entre la gestión de asuntos que pueda tener una organización con sus distintas comunidades y públicos de interés.

# ¡CONOCE NUESTRA OFERTA CURRICULAR!

El programa propone un plan de estudios que responde al nuevo escenario de las comunicaciones. Los cursos del programa buscan que los alumnos contribuyan desde la perspectiva comunicacional en la implementación estratégica de la visión de una organización; analicen cómo se complementa con la estrategia de negocios; lideren equipos;

logren y midan el éxito en un mercado altamente competitivo; apliquen el pensamiento crítico y analítico a los problemas de comunicación y asuntos corporativos.

SEMESTRE	NOMBRE CURSO	CRÉDITOS	
I	Teoría de la comunicación	5	40 créditos
	Teoría de las organizaciones	5	
	Análisis del entorno	5	
	Diseño y pensamiento estratégico	5	
	Curso Optativo	10	
	Curso Optativo	10	
II	Percepciones y marcas	10	40 créditos
	Gestión estratégica de la comunicación y la confianza	10	
	Curso Optativo	10	
	Curso Optativo	10	
III	Discurso corporativo	10	40 créditos
	Proyecto de grado	20	
	Curso optativo	10	
<b>TOTAL CRÉDITOS</b>		<b>120</b>	

# MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

Los cursos mínimos se dictan los días **lunes y miércoles de 18:30 a 21:30 horas**. Se ofrecen cursos optativos los días **martes y jueves**, en el mismo horario. También se imparten algunos optativos en modalidad “viernes largo”, los cuales se dictan un viernes de **17.00 a 21.30 horas**, más un sábado de **10.00 a 14.00 horas**, con una frecuencia de una a dos veces al mes. Además, se ofrecen optativos durante enero para que los estudiantes tengan la oportunidad de tomar cursos de verano.

## CURSOS MÍNIMOS

### TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

El curso presenta diferentes teorías para que los alumnos reconozcan los problemas comunicacionales que enfrentan las organizaciones, y en función de estas necesidades, propone soluciones para una adecuada estrategia de comunicaciones sustentable en el tiempo y efectiva en sus resultados. Este curso se dicta en conjunto con “Teoría de las Organizaciones”.

### TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES

En este curso se entregan herramientas para entender la conducta de los individuos dentro de estas organizaciones y los procesos organizacionales que se generan en su estructura interna.

### ANÁLISIS DEL ENTORNO

Este curso aborda las principales técnicas de anticipación de riesgos del entorno en que se insertan las organizaciones, desde una perspectiva comunicacional, en base a principios de inteligencia competitiva.

### DISEÑO Y PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

El curso busca mostrar la dinámica del pensamiento estratégico en la organización, desde la enunciación de la visión hasta la formulación de los objetivos estratégicos, metas e indicadores de evaluación y seguimiento.

# CURSOS MÍNIMOS

## PERCEPCIONES Y MARCAS

El curso plantea una nueva forma de aproximarse al problema del marketing y las marcas, hurgando en las raíces biológicas del conocimiento a fin de desarrollar una comprensión profunda sobre el lugar que ella ocupa hoy como agente social en la sociedad contemporánea configurada por el consumo.

## DISCURSO CORPORATIVO

El curso se orienta a entregar a los alumnos conocimientos y herramientas que les permitan comprender el fenómeno de la construcción de sentido y aplicarlo en la elaboración y análisis de textos corporativos, con el objeto de producir y analizar estratégicamente discursos corporativos de índole publicitario, informativo e institucional.

## GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN Y CONFIANZA

El curso está dirigido a que los alumnos comprendan los principales ámbitos de intervención de las comunicaciones en la empresa en su dimensión estratégica, y conozcan las herramientas destinadas a su administración dentro de una planificación sujeta a objetivos de largo y mediano plazo.

## PROYECTO DE GRADO

El curso tiene por objetivo formar competencias para el diagnóstico y diseño de estrategias de comunicación y la formulación de planes aplicados al ámbito profesional. El Proyecto de Grado integra los conocimientos adquiridos por los alumnos a lo largo del magíster.

# CURSOS OPTATIVOS

## GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN PROCESOS DE CAMBIO

Este curso se orienta a entregar a los alumnos herramientas conceptuales y metodológicas que les permitan comprender el fenómeno del cambio en las organizaciones y en los individuos y gestionar los aspectos comunicacionales asociados a éste.

## GESTIÓN DE ASUNTOS PÚBLICOS

El curso abordará la función de gestión de asuntos públicos como una rama de especialidad de la comunicación estratégica. Así, se enfocará en cómo la Comunicación Estratégica debe abordar los procesos de comunicación que requieren establecer relaciones y negociaciones con autoridades, grupos de interés y otros stakeholders.

## COACHING Y LIDERAZGO

El curso busca introducir a los estudiantes en las reflexiones actuales más relevantes en torno al liderazgo y su relación con las acciones de comunicación empresarial. Para esto se reflexionará sobre el modelo de liderazgo de la Escuela de Gobierno de Harvard, además de las corrientes de liderazgo transformacional y liderazgo auténtico.

## ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES 2.0: EL USO DE REDES EN ORGANIZACIONES

El uso de redes en organizaciones Este curso se diseñó para proporcionar a los estudiantes una comprensión de los principales componentes teóricos y prácticos en el desarrollo de estrategias con redes sociales en organizaciones en tres áreas principales: comunicación interna, comunicación externa y el uso de las redes en situaciones de crisis.

# CURSOS OPTATIVOS

## DISEÑO DE CONTENIDOS DIGITALES

En este curso se entregarán fundamentos teóricos y prácticos sobre narración interactiva para desarrollar la estrategia y producción de un prototipo web de tipo transmedia. Por otra parte se estudiarán las diferentes plataformas que hoy existen en el mercado con el objeto de entender las variables que deberían incidir en el tipo de medio que se utilice para publicar y difundir el contenido desarrollado.

## CREACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS DIGITALES

El curso trata sobre la gestión de proyectos digitales, tanto desde la exploración y aplicación de metodologías como de los aspectos operacionales de la gestión de recursos económicos, humanos y de sistemas necesarios para el desarrollo de proyectos de comunicación en soportes digitales.

## REDES SOCIALES EN DISTINTOS ÁMBITOS DE LA COMUNICACIÓN

Este curso se sumerge en la dinámica del uso cotidiano de las redes sociales en distintos contextos comunicacionales, incluyendo periodismo, gestión pública, comunicación política, el manejo de la reputación corporativa a través de las redes sociales, y el marketing y la publicidad en las redes sociales.

## COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

El curso entrega herramientas a los responsables de la comunicación corporativa de las instituciones para que comprendan el rol que juegan los medios de comunicación y la opinión pública en el proceso de toma de decisiones en un sistema político. Además se revisarán las principales teorías y modelos que hoy se utilizan en la creación de una marca país.

# CURSOS OPTATIVOS

## SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Este curso aborda los principales desafíos a los que se enfrenta el comunicador corporativo en materia de responsabilidad social. Entrega los fundamentos básicos del modelo de gestión sostenible –también llamado “Responsabilidad Social”– que crecientemente se está incorporando en empresas y organizaciones nacionales e internacionales, y que dentro de ellas prioritariamente se está radicando en el ámbito de las comunicaciones estratégicas.

## CREATIVIDAD, TEORÍA Y GESTIÓN: NUEVAS HERRAMIENTAS PARA EVALUAR LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Al final del curso los alumnos conocerán las principales herramientas e instrumentos para planificar auditorías y cuantificar el estado comunicacional de una organización, y aprenderán a aplicar instrumentos a través de diferentes metodologías para evaluar procesos comunicacionales en organizaciones.

## ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN Y MODELOS DE NEGOCIOS PARA COMUNICADORES

Los estudiantes aprenderán los conceptos más relevantes para analizar en profundidad los ecosistemas de innovación y emprendimiento y su ciclo de vida tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de entender sus alcances dentro de las organizaciones.

# CURSOS OPTATIVOS

## COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EMPRESAS REMOTAS

Este curso se centra en el diseño de estrategias y planes comunicacionales para equipos remotos que necesitan mantener una comunicación fluida estando en espacios separados, y en organizaciones que no tienen un espacio físico y trabajan remoto.

## COMUNICACIÓN EFECTIVA PARA EL FUNDRAISING

Este curso se focaliza en el diseño de estrategias y planes comunicacionales según las diferentes posibilidades de financiamiento que existen hoy en el ecosistema del emprendimiento para lograr levantamiento de fondos.

## MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDIMIENTOS

Mediante la utilización de herramientas de marketing digital y comunicación efectiva, los estudiantes podrán fortalecer sus habilidades de planificación, desarrollo y gestión de estrategias de comunicación con foco en el crecimiento exponencial de emprendimientos.

## MODELOS Y HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES PARA UN LIDERAZGO EFECTIVO

En este curso los estudiantes podrán tomar conciencia de sus modelos mentales y su impacto en la comunicación para escuchar de forma activa y consciente. Además, aprenderán a gestionar sus emociones para lograr efectividad, y así lograr comunicarse con asertividad y generar confianza.

# CURSOS OPTATIVOS

## **ALINEANDO LA IDENTIDAD CON LA ESTRATEGIA CORPORATIVA: GESTIÓN INTEGRAL DE LAS COMUNICACIONES**

Este curso busca comprender los principales modelos de planificación y su implicancia para la comunicación hacia la organización, así como identificar los distintos procesos comunicacionales que están involucrados en la difusión de la estrategia, tanto a nivel de líderes, equipos e individuos.

## **GESTIÓN DE COMUNICACIÓN PARA PROCESOS PARTICIPATIVOS**

Los estudiantes conocerán el rol de la comunicación interna en las organizaciones y empresas para procesos participativos, y lograrán internalizar habilidades para crear un Plan de Comunicaciones internas que lleve a una mayor participación organizacional.

# CUERPO ACADEMICO

## JEFE DEL PROGRAMA

DANIEL  
HALPERN



Daniel Halpern Ph.D. en Information and Communication Sciences. Es profesor y Director de Desarrollo de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, director del magíster en comunicación estratégica, del diplomado en redes sociales y del think tank Tren-Digital ([tren-digital.cl](http://tren-digital.cl)). Ha capacitado y cuantificado para empresas como Microsoft, Sura y VTR diversos fenómenos digitales en Chile. Sus artículos han sido publicados en prestigiosas revistas académicas como Computers in Human Behavior, Social Science Computer Review y Behavior & Information Technology. Es investigador asociado de Boston University.

Mail de contacto: [dmhalper@uc.cl](mailto:dmhalper@uc.cl)

## ACADEMICOS

ÁLVARO  
CÁCERES



Sociólogo de la Pontificia Universidad Católica y Máster of science in management communication de la Universidad de Portland. Gerente de comunicaciones y marca y responsabilidad social empresarial de Sodexo. Ha trabajado la mayor parte de su carrera profesional en el área de las comunicaciones y asuntos públicos, en organizaciones como Tironi Asociados y Grupo Enersis. Antes de ingresar a Sodexo, se desempeñó como Jefe de Comunicaciones y Marketing en Invest-Chile.

# CUERPO ACADEMICO

**PATRICIO  
DUSSAILANT**

Abogado, Licenciado en Derecho, Pontificia Universidad Católica de Chile; Doctor en Comunicación Pública, Universidad de Navarra España; PADE (Programa de Alta Dirección de Empresas), ESE, Escuela de Negocios, Universidad de los Andes.



**SERGIO  
GODOY**

Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile; Licenciado en Estética, Pontificia Universidad Católica de Chile; Diplomado en Gerencia de Ventas y Marketing, Instituto Nacional de Estudio Superiores CHILEDUC; Máster en Dirección de Empresas (MBA), Universidad de Exeter, Inglaterra; Magíster en Comunicaciones (MPhil), Universidad de Westminster, Inglaterra; Doctor en Comunicaciones (Ph.D.), Universidad de Westminster, Inglaterra.



# CUERPO ACADEMICO

**LEÓN  
GUZMAN**

Psicólogo Universidad Diego Portales. Máster en Ciencia Política Columbia University en Nueva York. Diplomado en Psicología Política Ohio State University. Diplomado en Liderazgo Estratégico Universidad Adolfo Ibáñez y Coach Ontológico Certificado The Newfield Network. Gerente General de Burson Marsteller Chile, fue socio director de Add-Value Creación de Valor Sustentable, Vice Presidente de Newlink Sustainability y Gerente General de Acción RSE, entre otras empresas.



**CLAUDIA  
LABARCA**

Ph.D. Escuela de Gobierno y Relaciones Internacionales, Durham University (Reino Unido). Magíster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, Universitat Autònoma de Barcelona (España). Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile. Cursos de especialización, parte del Magíster de Ciencia Política dictado por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Cursos en el Marketing Program, UCLA Extension (Estados Unidos).

**PABLO  
MATUS**



Doctor y magíster en Ciencias de la Comunicación, magíster en Comunicación Estratégica, diplomado en Desarrollo Organizacional y en Docencia Universitaria por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Diplomado en Opinión Pública por la Universidad Diego Portales. Postítulo de Corresponsal de Defensa por la Academia de Guerra del Ejército de Chile. Licenciado en Comunicación Social y periodista por la Universidad Andrés Bello.

# CUERPO ACADÉMICO

**CLAUDIA  
MONTERO**

Ph.D. en Comunicación, University of Illinois at Urbana-Champaign, Estados Unidos (2012-2016). M.A. Comunicación Social, Pontificia Universidad Católica de Chile, mención Comunicación y Educación. Periodista, Universidad de Santiago de Chile. Diplomada en Docencia Universitaria, Centro de Desarrollo Docente, Pontificia Universidad Católica de Chile (2018).



**EDUARDO  
OPAZO**

Profesor en Magíster en Comunicación Estratégica y MBA de la Escuela de Administración. MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez y AMP de IESE, Barcelona. Cursos de formación en Harvard Business School, IESE, Wharton Business School y CEIBS Shanghai, China.



**JAVIER  
PERALTA**

Magíster en Administración Pública de la Escuela de Gobierno John Kennedy de la Universidad de Harvard, Diplomado en Estudios de Negocios de la London School of Economics y Licenciado en Información Social y Periodista de la PUC. Es socio de la agencia de asuntos públicos y comunicaciones Nexos, con 15 años de experiencia en periodismo y comunicación estratégica, especializado en el desarrollo de estrategias de relacionamiento con stakeholders para empresas privadas e instituciones públicas. Cuenta con amplia experiencia en manejo de crisis en instituciones de distintos ámbitos y más de 10 años de docencia universitaria.

# CUERPO ACADEMICO

**WILLIAM  
PORATH**

Periodista UC y Dr. Phil. en Ciencias Políticas por la Universidad Johannes Gutenberg de Mainz, Alemania. Es profesor asociado de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, y Director de Investigación y Doctorado de dicha Facultad. Sus últimas publicaciones son sobre la personalización de las campañas políticas, la publicidad política en Chile y los contenidos políticos de la prensa chilena.



**CLAUDIO  
RACCIATTI**

Licenciado en administración, Universidad de Buenos Aires. Magíster en Biología Cultural, Universidad Mayor – Instituto Matríztico. Profesor de Diseño y Pensamiento Estratégico en Magíster en Comunicación Estratégica y de Taller de Estrategias en Comunicación Corporativa del Diplomado en Comunicación Corporativa de la Facultad de Comunicaciones UC. Investigador en la Escuela de Comunicación y Arte de la Universidad de Sao Paulo. Asesor de empresas. Socio en 3 Consultores.



# CUERPO ACADEMICO

**VICENTE  
VALJALO**



Ph.D. (c) en Filosofía en The European Graduate School, M.Sc. en Media y Comunicación en el London School of Economics and Political Science y Comunicador Social y Psicólogo. Ha sido director de Planificación Estratégica en Porta-DMB&B Publicidad, para Lintas manejando Unilever en Latinoamérica y actualmente se desempeña como CEO de J. Walther Thompson Chile y como profesor de la Facultad de Comunicaciones.

**PAUL  
VENTURINO**



Magíster en Comunicación y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona. Magíster en Ciencia Política, mención en instituciones y procesos políticos, Pontificia Universidad Católica de Chile. Periodista y licenciado en información social, Pontificia Universidad Católica de Chile. Dueño y director ejecutivo de Strategika, empresa consultora especializada en comunicación corporativa y asuntos públicos.

# TESTIMONIOS

## ALUMNOS GENERACIÓN 2021



**Gracias a las herramientas que entregó el magíster podemos realizar acciones que contribuyen a realizar cambios estratégicos en donde la comunicación sea un eje transversal, así como también, tener un trabajo colaborativo con los diferentes actores en las organizaciones**

Elizabeth Nahuelán



**Mi experiencia en el magíster fue muy positiva. Me enseñó una metodología de trabajo que puede aplicarse en múltiples áreas, siendo un programa muy completo para la formación complementaria. Para aquellos que estén interesados en aprender verdadera estrategia comunicacional, este es el espacio correcto.**

Vicente Hubner



# **INFORMACIONES Y MATRÍCULAS**

**postgradofcom@uc.cl  
+56 2 2354 2020**

**[mcestr.comunicaciones.uc.cl](http://mcestr.comunicaciones.uc.cl)**

---

Para mayor información sobre  
todos nuestros programas  
visita el sitio web  
**[comunicaciones.uc.cl](http://comunicaciones.uc.cl)**