



Universidad del Desarrollo  
Facultad de Comunicaciones

*MAGÍSTER EN*  
**COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA  
MARKETING Y NEGOCIOS**

**POSTGRADOSUDD**

Para liderar en un mundo global

Globalización • Innovación • Excelencia



# BIENVENIDA

---

*Hoy enfrentamos bajos niveles de confianza en las instituciones y personas; demandas sociales que exigen respuestas inmediatas y un poder de alcance casi ilimitado de las redes sociales producto de los avances en tecnología y la globalización.*

*En esta era digital, toda empresa y organización requiere de profesionales que emprendan el desafío de planificar y gestionar la relación con los distintos públicos de interés, en áreas como el marketing, manejo de redes sociales, comunicación interna y corporativa, visión del negocio y relación con la comunidad, entre otras.*

*El Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo entrega precisamente las herramientas para pensar, formular y dirigir una estrategia comunicacional 3.0. De carácter profesionalizante y con un enfoque práctico, el programa aborda contenidos integrados en las áreas de comunicación estratégica y de marca, a partir del análisis de casos reales a nivel nacional e internacional.*

*Inserto en el área de postgrados de la UDD - caracterizada por los sellos de la innovación, la excelencia y la globalización - el Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios profundiza también en la comprensión del mundo de los negocios e integra la comunicación tradicional, digital y el diseño de experiencias de marca.*

**Carolina Mardones Figueroa**  
**Decana Facultad de Comunicaciones**  
**Universidad del Desarrollo**

---



*“Todo vivir humano ocurre en conversaciones y es en ese espacio donde se crea la realidad en que vivimos”*

*Humberto Maturana*

*El Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios está dirigido a profesionales de diversas áreas interesados en el ámbito de las comunicaciones corporativas y el desarrollo de marcas, que desean conocer los desafíos y constante evolución que enfrenta esta industria.*

---

## ATRIBUTOS

- *Visión analítica y global del fenómeno comunicacional, considerando el negocio, el entorno y los ejes de la sustentabilidad de la empresa u organización.*
- *Formación multidisciplinaria con docentes de distintas profesiones y de reconocida trayectoria en el mundo académico y campo laboral.*
- *Enfoque práctico gracias a que el programa está diseñado con una metodología de casos en cada asignatura, además de talleres y un proyecto final que permite aplicar las herramientas adquiridas en las diferentes disciplinas que integran la malla curricular.*
- *Desarrollo de habilidades profesionales en temas como liderazgo, negociación, trabajo en equipo, emprendimiento e innovación.*

---

# OBJETIVOS

- *Adquirir una visión analítica en Comunicación Estratégica, considerando el entorno, el negocio y la sustentabilidad de la empresa u organización.*
- *Gestionar las relaciones, complejas e influyentes, entre las marcas y las personas, integrando la reputación corporativa y las claves del marketing estratégico.*
- *Comprender a los consumidores en su dimensión social y personal.*
- *Evaluar metodologías para realizar un adecuado diagnóstico comunicacional.*
- *Enfrentar potenciales conflictos comunicacionales en forma proactiva, anticipando escenarios y riesgos para la organización.*
- *Saber aplicar estrategias y herramientas de comunicación digital, dominar las métricas necesarias para evaluar las acciones comunicacionales y saber integrarlas con la comunicación off line.*
- *Diseñar e implementar estrategias de comunicación considerando todos los públicos de interés y situaciones de cambio organizacional.*
- *Guiar equipos de trabajo de alto desempeño sobre la base de un análisis estratégico de las necesidades y comportamientos de las audiencias para el desarrollo de estrategias comunicacionales integrales.*

# ÁREAS DE ESTUDIO



*El plan de estudio del magíster se organiza de la siguiente forma:*

- 5 cursos obligatorios en el área de la COMUNICACIÓN
- 3 cursos obligatorios en el área de MARKETING
- 4 cursos obligatorios en el área de NEGOCIOS
- 5 talleres PRÁCTICOS e integradores
- 4 talleres de ESPECIALIDAD obligatorios que refuerzan la práctica de los módulos académicos durante el tercer semestre.
- PROYECTO INTEGRADOR FINAL (tesis de grado)

# MALLA CURRICULAR

## SEMESTRE I

- Comunicación Estratégica y Sociedad
- Públicos y Tendencias
- Análisis Estratégico del Negocio
- Metodología para el Diagnóstico Comunicacional
- Taller Persuasión y Habilidades de Comunicación
- Taller Creación de Valor y Mirada Estratégica
- Taller de Comunicación Integrada I

## SEMESTRE II

- Gestión y Desarrollo de Marca
- Gestión de la Comunicación Interna
- Estrategias de Marketing Digital
- Redes Sociales y Métricas
- Gestión de Crisis Comunicacional
- Taller de Comunicación Integrada II

## SEMESTRE III

- Comunicación y Sustentabilidad
- Evaluación de Proyectos
- Negociación y Habilidades Directivas
- Taller Electivo I
- Taller Electivo II
- Taller Electivo III
- Taller Electivo IV
- Taller de Comunicación Integrada III
- Proyecto Integrador Final

■ CURSO ÁREA COMUNICACIONES

■ CURSO ÁREA MARKETING

■ CURSO ÁREA NEGOCIOS

■ TALLERES PRÁCTICOS

*El Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios cuenta con dos diplomados conducentes. Ambos con una duración de dos semestres (cupos limitados):*

## **DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

### **SEMESTRE I**

Comunicación Estratégica y Sociedad

Público y Tendencias

Análisis Estratégico del Negocio

Taller Persuasión y Habilidades de Comunicación

Taller de Comunicación Integrada

### **SEMESTRE II**

Gestión de la Comunicación Interna

Gestión de Crisis Comunicacional

## **DIPLOMADO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL**

### **SEMESTRE I**

Públicos y Tendencias

Análisis Estratégico del Negocio

Taller Persuasión y Habilidades de Comunicación

Taller de Comunicación Integrada

### **SEMESTRE II**

Gestión y Desarrollo de Marca

Estrategias de Marketing Digital

Redes Sociales y Métricas



# ASIGNATURAS, OBJETIVOS Y CONTENIDOS

## ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO

*Objetivo: comprender los conceptos principales y las metodologías para la formulación e implementación de estrategias empresariales.*

*Contenidos:*

- *cadena de valor*
- *fuerzas competitivas*
- *estrategias de negocio*
- *economías desarrolladas*

## METODOLOGÍA PARA EL DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

*Objetivo: aprender las metodologías de investigación aplicables a un modelo de diagnóstico comunicacional.*

*Contenidos:*

- *metodologías de investigación*
- *problematización*
- *diagnóstico comunicacional*
- *evaluación de gestión comunicacional*

## COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIEDAD

*Objetivo: analizar el entorno social en el cual se desenvuelven las organizaciones como punto de partida para un adecuado lineamiento de la estrategia comunicacional.*

*Contenidos:*

- *comunicación estratégica*
- *opinión pública*
- *gestión de marca*
- *creación de valor*
- *manejo de públicos o stakeholders*

## TALLER DE PERSUACIÓN Y HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

*Objetivo: fortalecer las habilidades de comunicación y persuasión del alumno. Aportar técnicas de resolución de problemas y de planificación de la comunicación, para generar mensajes claros, atractivos y persuasivos.*

*Contenidos:*

- *técnicas de resolución de problemas*
- *planificación de la comunicación*
- *argumentación y persuasión*

## PÚBLICOS Y TENDENCIAS

*Objetivo: conocer los tipos de audiencias y públicos, junto con las tendencias emergentes, como una ventaja competitiva para una adecuada planificación de las comunicaciones y de la estrategia de negocio de una organización.*

*Contenidos:*

- *investigación de mercado y audiencias*
- *grupos socioeconómicos etarios y por géneros*
- *tendencias sociales y de consumo*

## CREACIÓN DE VALOR Y UNA MIRADA ESTRATÉGICA

*Objetivo: desarrollar habilidades para innovar y generar valor en el desarrollo de nuevos productos, servicios, procesos o en nuevos modelos de negocios.*

*Contenidos:*

- *innovación y creatividad*
- *modelos de innovación*
- *design thinking*
- *co-diseño y evaluación de la idea*

# ASIGNATURAS, OBJETIVOS Y CONTENIDOS

## TALLER DE COMUNICACIÓN INTEGRADA (I, II y III)

*Objetivo: realizar un proyecto comunicacional para un cliente real, integrando el aprendizaje multidisciplinario que contempla el programa.*

*Contenidos:*

- *plan de comunicaciones*
- *análisis de escenarios de crisis*
- *modelos de comunicación para el desarrollo sostenible*

## GESTIÓN Y DESARROLLO DE MARCA

*Objetivo: introducir al alumno en los conceptos necesarios para comprender la marca como un aspecto central del marketing.*

*Contenidos:*

- *teoría de la construcción y el desarrollo de marcas*
- *identidad, posicionamiento, imagen, personalidad y valores de una marca*
- *modelos de construcción y evaluación de marcas*
- *brand experience*

## GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

*Objetivo: entregar conocimientos teóricos y herramientas prácticas para una eficiente gestión de las comunicaciones al interior de una empresa u organización.*

*Contenidos:*

- *cultura y clima en la organización*
- *gestión de personas y comunicaciones*
- *la comunicación en procesos de gestión del cambio*
- *endomarketing*

## ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

*Objetivo: aprender a diseñar y aplicar estrategias de comunicación y marketing digital junto con potenciar la marca a partir de ambas herramientas.*

*Contenidos:*

- *la web y las plataformas sociales*
- *marketing móvil*
- *marketing de buscadores y publicidad digital*
- *las marcas como generadoras de contenidos*
- *la era del "prosumidor"*

## GESTIÓN DE CRISIS COMUNICACIONAL

*Objetivo: habilitar al alumno para enfrentar los diversos tipos de crisis que puede enfrentar una organización; entregar los conocimientos y herramientas para anticipar, evaluar y manejar adecuadamente un evento crítico.*

*Contenidos:*

- *crisis comunicacional*
- *cómo abordar los medios de comunicación*
- *redes sociales en el manejo de crisis*
- *vocerías y mensajes claves*

## COMUNICACIÓN Y SUSTENTABILIDAD

*Objetivo: conocer los fundamentos de la gestión sustentable o sostenible y los alcances de esta mirada en las comunicaciones y el marketing de una organización.*

*Contenidos:*

- *normas y estándares en sustentabilidad*
- *relacionamiento con la comunidad*
- *ética y gobierno corporativo*
- *reportes de sustentabilidad*

# ASIGNATURAS, OBJETIVOS Y CONTENIDOS

## *NEGOCIACIÓN Y HABILIDADES DIRECTIVAS*

*Objetivo: desarrollar habilidades en el ámbito de relaciones interpersonales, como el liderazgo, el manejo de crisis y la negociación.*

*Contenidos:*

- *el valor de las relaciones interpersonales*
- *tipos de conflictos*
- *comunicación y negociación*
- *el arte de negociar*

## *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*

*Objetivo: comprender los conceptos básicos para la evaluación de proyectos de inversión.*

*Contenidos:*

- *estudio de mercado*
- *estudio técnico*
- *flujos de caja*
- *criterios para tomar decisiones de inversión*
- *tipos de riesgos*

## *PROYECTO INTEGRADOR FINAL*

*Objetivo: plasmar la adquisición de competencias en un proyecto que articule la aplicación de los contenidos impartidos en los distintos cursos del programa.*

*Contenidos:*

- *diagnóstico comunicacional*
- *formulación de objetivos*
- *diseño estratégico y propuesta de implementación*
- *evaluación de resultados*

## *TALLERES ESPECIALIZADOS*

*Objetivo: reforzar desde la práctica los contenidos abordados en los módulos obligatorios.*

*Se dictan en el tercer semestre.*

# TESTIMONIOS EGRESADOS

*“Los profesores del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD impulsan el trabajo multidisciplinar y nos animan a llegar más lejos. Son profesionales altamente capacitados y destacados en sus rubros, que saben traspasar sus conocimientos de forma dinámica y colaborativa”.*

**Pía Benoit**, arquitecta.

*“Estudiar este programa de postgrado ha sido un aporte en la generación de redes de contacto, lo que es esencial para nuestra carrera y profesión. Los invito a formar parte del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD, ya que las comunicaciones no son sólo para periodistas sino también para distintos profesionales”.*

**Constanza Bassaletti**, periodista.

*“El magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD me permitió expandir y mejorar mi visión estratégica de las comunicaciones. Además, me entregó las herramientas necesarias para desarrollar y gestionar correctamente las marcas sin importar su contexto, de modo tal que puedan generar valor a todos sus stakeholders. En definitiva, este programa generó en mí un grado de madurez profesional que ha permitido crecer positivamente en la industria”.*

**Sébastien Leroux**, publicista.

*“La modalidad del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD es absolutamente compatible con el trabajo y permite participar activamente en el programa. La persona que realmente quiere estudiar y trabajar al mismo tiempo, lo puede hacer”.*

**Juan Ignacio Ugarte**, ingeniero comercial.

# TESTIMONIOS PROFESORES

---

*“El magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD se hace cargo del entorno social, cultural, político y económico en el que viven las organizaciones en la actualidad, entregando herramientas comunicacionales y de gestión que permiten establecer líneas estratégicas para un desarrollo sustentable. Miramos la comunicación como un todo y como pieza fundamental para el cumplimiento de los objetivos corporativos”.*

**Luis Galleguillos**, socio de **Azerta Comunicaciones**.

*“Las organizaciones son un sistema que conversa hacia adentro, con sus pares y con el entorno. Organizar esta comunicación para alcanzar los resultados esperados, es uno de los principales objetivos del programa”.*

**Beatriz Seguel**, socia fundadora de **Soul Consultores**.

*“Al igual que en una empresa u organización, los alumnos del magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD se enfrentarán a desafíos concretos y buscarán soluciones reales, trabajando en equipos multidisciplinarios y utilizando técnicas de innovación”.*

**Pablo Vidal**, gerente general de **Sustenta+**

*“El magíster de la Facultad de Comunicaciones UDD le permitirá a cualquier profesional desempeñarse de mejor modo en el mundo corporativo, de las comunicaciones, de las redes sociales. Le facilitará también manejar herramientas, habilidades y conocimientos en áreas de comunicación interna, crisis y gestión de redes sociales, entre otros ámbitos de la comunicación”.*

**Guillermo Verbakel**, consultor en **Marketing Digital**.

---

# INFORMACIÓN GENERAL

---

*Fecha de inicio: 10 de mayo de 2019 Santiago*

*Duración: 3 semestres + Proyecto Integrador Final*

*Modalidad: Formato WEEKEND  
Clases presenciales cada 15 días*

*Santiago: Viernes de 17:30 a 21.30 horas  
Sábados de 08:30 a 12:50 horas / 14:00a 18:00 horas*

*Más información: <http://comunicaciones.udd.cl/mcemn/>*

## CONTACTO

*Alberto Pedro López-Hermida*

Director de Postgrado

Facultad de Comunicaciones

alopezhermida@udd.cl

Fono: +56 2 2327 9154

Universidad del Desarrollo

Av. Plaza 680, San Carlos de Apoquindo, Las Condes  
Santiago

*Valentina Oyaneder Gutiérrez*

Coordinadora de Educación Continua y

Extensión Facultad de Comunicaciones

voyaneder@udd.cl

Fono: +56 41 268 6679

Universidad del Desarrollo

Ainavillo #456 (segundo piso)

Concepción

---

*La Universidad se reserva el derecho de dictar o no el programa si no existe el mínimo de participantes requeridos.*