



MARKETING Y COMUNICACIÓN

Humarketing Para Influir



FECHA: 19 de junio

Acerca del Curso

La comunicación organizacional enfrenta hoy un escenario profundamente transformado por la digitalización, la hiperconectividad y el predominio de la opinión pública en red. Las organizaciones ya no controlan unilateralmente los mensajes, sino que interactúan en entornos dinámicos, horizontales y altamente expuestos, donde la reputación se construye —y se pone en riesgo— en tiempo real.

Este curso aborda la evolución de la comunicación estratégica en la sociedad de red, analizando los nuevos nodos informativos, los cambios en los flujos de influencia y el rol de la reputación como activo estratégico. A través de un enfoque aplicado, los participantes comprenderán cómo diseñar y gestionar estrategias comunicacionales coherentes con estos nuevos contextos, fortaleciendo la identidad, imagen e influencia de sus organizaciones.

RELATORA



Carla Munizaga

Periodista y asesora comunicacional corporativa

Periodista y Magíster en Comunicación Corporativa. Fue Directora de Prensa de la Presidencia de la República en los dos mandatos del Presidente Sebastián Piñera. Posee amplia experiencia en el desarrollo de estrategias comunicacionales y digitales de alto impacto, relacionamiento institucional y asuntos públicos, gestión de crisis y desarrollo de políticas públicas.

Objetivos Generales

Aplicar principios y herramientas de comunicación estratégica propias de la sociedad en red, con el fin de construir y fortalecer la reputación organizacional en entornos comunicacionales complejos y altamente interconectados.

Objetivos Específicos

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de:

1. Analizar la evolución de la comunicación estratégica y su impacto en las organizaciones dentro de la sociedad de red.
2. Identificar los principales cambios en los entornos, medios y formas de interacción comunicacional.
3. Comprender el funcionamiento de los nodos informativos y digitales y su influencia en la construcción de opinión pública.
4. Relacionar comunicación, estrategia organizacional y reputación desde un enfoque sistémico.
5. Aplicar criterios clave para una comunicación eficaz orientada a la gestión de la reputación y la influencia organizacional.

Dirigido a

Ejecutivos de empresas, mandos medios y tomadores de decisiones que participan en la gestión comunicacional, reputacional y estratégica de organizaciones públicas o privadas.

Contenido del Curso

MODULO 1

Comunicar hoy

Evolución de la comunicación estratégica
Nuevos entornos, medios y formas de interactuar
De la sociedad de la información a la sociedad de la opinión.
De la comunicación vertical a la comunicación horizontal

MODULO 2

Nodos informativos y digitales

Leyes de la sociedad de red
Redes sociales versus medios tradicionales
Dinámicas de circulación de la información y la opinión

MODULO 3

Modelo y método sistémico

Relación entre organización, estrategia y comunicación
Pilares de una estrategia comunicacional
Enfoque sistémico aplicado a la gestión comunicacional

MODULO 4

Reputación e influencia

Reputación, identidad e imagen organizacional
Agenda setting, gestión comunicacional y Asuntos Públicos
Claves para una comunicación eficaz en la sociedad de red

Metodología

El curso se desarrolla mediante una metodología expositiva-participativa, orientada a profesionales, que combina:

- Exposiciones interactivas a cargo de los relatores.
- Análisis de casos vinculados a comunicación, reputación e influencia.
- Discusiones grupales y espacios de reflexión colectiva.
- Intercambio de experiencias entre los participantes.

Se promueve un aprendizaje colaborativo, con énfasis en la comprensión aplicada de los conceptos y su transferencia al contexto organizacional de los asistentes.

Beneficios

- Comprender los cambios estructurales de la comunicación en la sociedad en red.
- Fortalecer la capacidad de análisis estratégico de la comunicación organizacional.
- Incorporar herramientas prácticas para la gestión de la reputación.
- Mejorar la toma de decisiones comunicacionales en contextos complejos y dinámicos.

Resultado esperado:

- Analizar críticamente los entornos comunicacionales contemporáneos.
- Diseñar enfoques estratégicos de comunicación alineados con la reputación organizacional.
- Gestionar la comunicación y la influencia en contextos de alta exposición pública.



Acerca de la Academia ICARE

En ICARE creemos que el crecimiento sostenible de Chile comienza con el crecimiento de sus personas.

“En ICARE tenemos una convicción profunda: cuando las personas crecen, Chile crece. Y la Academia ICARE existe para acelerar ese crecimiento y acompañarte en ese camino”.

Bernardita Errázuriz
Directora de Academia ICARE

La **Academia ICARE** materializa esta convicción a través de una propuesta formativa orientada a fortalecer la excelencia empresarial y contribuir activamente al desarrollo del país.

Nuestros programas de educación continua están diseñados para profesionales y líderes que buscan actualizarse, reflexionar y actuar en contextos complejos y cambiantes.

Los cursos se caracterizan por ser ágiles, flexibles y pertinentes, transformando capacidades en acción y aprendizajes en impacto, e impulsando procesos donde la tecnología y la dimensión humana se potencian de manera integrada.

Este curso forma parte de la **vertical Marketing y Comunicaciones**, cuyo propósito es desarrollar estrategias de marketing y comunicación que integren datos, relato y propósito, permitiendo a las organizaciones construir marcas coherentes, reputaciones sólidas y relaciones de confianza con sus audiencias clave.

Información General

FECHA

Viernes
19 junio

HORARIO

9:00 a 13:00
horas

DURACIÓN

4 horas
1 sesión

MODALIDAD

Presencial

DESCUENTO

10% de descuento por
5 o más inscripciones

VALOR GENERAL

\$340.000

VALOR SOCIO

\$238.000

+Info

DIRECCIÓN: El Golf 40, Piso Zócalo. Las Condes. Santiago - Chile

TELÉFONOS: +56 2 2280 5329 / +56 2 2280 5311

MAIL: icare@icare.cl

WEB: www.icare.cl



Las actividades de la Academia ICARE no son conducentes al otorgamiento de un título o grado académico. El inicio del programa estará sujeto a un número mínimo de participantes. En caso de no alcanzarse, ICARE se reserva el derecho de suspender su realización.