

# ESCUELA DE POS GRA DO



Maestría en  
Comunicación  
y Gestión  
de Contenidos

- Especialidad en Marketing Digital
- Especialidad en Comunicación Corporativa

Lidera una comunicación  
que trasciende

PRESENCIAL

# PRESTIGIO QUE TE ACOMPAÑA TODA LA VIDA

En un mundo en constante cambio, la trayectoria y la calidad educativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima te permite potenciar tu vida profesional.

## NUESTROS PILARES

### Excelencia

Fundada en 1997, la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima se destaca por su excelencia educativa. Cada propuesta académica está diseñada para formar profesionales integrales e interdisciplinarios que generen conocimiento.

### Preparación experiencial

Valoramos el aprendizaje riguroso, la aplicabilidad del saber y la creación de nuevas ideas. Potenciamos el liderazgo y el trabajo en equipo. Brindamos las últimas herramientas de gestión para enfrentar los desafíos de un entorno empresarial en constante evolución.

### Ideas innovadoras

Aquí encontrarás mentes abiertas y ambiciosas como la tuya. Te ofrecemos un entorno propicio para expandir habilidades, emprender ideas y construir redes influyentes. Es más que educación: es tu trayectoria hacia el éxito profesional y personal.



Instituto Internacional para el  
Aseguramiento de la Calidad

La maestría está acreditada por el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC), del Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA). Esto valida la calidad de la enseñanza, formación, investigación e impacto social de la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos, y de nuestra Escuela de Posgrado, lo que reafirma nuestro compromiso con la mejora continua.

La Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos potencia las habilidades directivas necesarias en el ámbito de la comunicación, aplicables en cualquier entorno profesional de esta disciplina. Su enfoque abarca la toma de decisiones estratégicas para desarrollar soluciones de comunicación innovadoras acordes con las demandas de proyectos y organizaciones.

### Especialidades

La industria y la práctica profesional de la comunicación exigen líderes con habilidades y conocimientos especializados. Con ese objeto, los estudiantes de la maestría seleccionan una de dos especialidades, de acuerdo con sus intereses profesionales. Cada una tiene un itinerario formativo compuesto por un conjunto de asignaturas que tienen un contenido crítico y están enfocadas en concordancia con el tema de la misma.

#### Especialidad en Marketing Digital

La especialidad en Marketing Digital tiene como objetivo desarrollar competencias estratégicas y actualizar el conocimiento para brindar soluciones efectivas en ese contexto profesional. Los estudiantes analizan el entorno digital y las herramientas que permiten tomar decisiones e implementar acciones de *marketing* digital en una organización.

#### Especialidad en Comunicación Corporativa

La transformación digital y la sostenibilidad han ampliado la responsabilidad de los profesionales de la comunicación corporativa para incluir la gestión de los medios sociales, la gestión de las crisis y la reputación, las relaciones con los medios, entre otros retos. Además, las empresas esperan tener un impacto positivo en la comunidad, para lo cual las habilidades de la comunicación corporativa son esenciales.

\* Se requiere un número mínimo de participantes para abrir una especialidad. Si no se alcanza esta cifra, los participantes son informados y pueden inscribirse en la otra.





## PALABRAS DEL DIRECTOR

La Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos es una propuesta académica diseñada para que sus estudiantes desarrollen competencias y habilidades para enfrentar, de forma estratégica y directiva, la toma de decisiones en todos los ámbitos del ejercicio profesional de la comunicación.

### CHRISTOPHER GÄTJENS CÁCERES

---

Director de la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos  
Doctor en Educación por la Universidad de San Martín de Porres. Magíster en Administración y Dirección de Empresas por EAE Business School (España) con especialidad en Design Thinking. Licenciado en Comunicación por la Universidad de Lima con especialidad en Publicidad y Marketing. Cuenta con quince años de experiencia liderando equipos en áreas de comunicación y *marketing*. Es docente en la Universidad de Lima con más de trece años de experiencia.

### ¿Cuáles son los objetivos educativos de la maestría?

- Potenciar las capacidades de los estudiantes para elaborar soluciones estratégicas de comunicación alineadas con las necesidades de toda organización o proyecto.
- Desarrollar las habilidades de liderazgo necesarias para integrar y dirigir áreas especializadas de las distintas ramas de la comunicación.
- Capacitar a los estudiantes en el planeamiento estratégico de contenidos innovadores, viables y rentables que puedan implementarse de modo transmediático en el actual contexto digital.

### ¿Qué competencias obtiene el estudiante?

- **Pensamiento sistémico:**  
Obtiene una visión global sobre una situación compleja a partir de la integración de sus componentes.
- **Gestión de la comunicación:**  
Analiza la dinámica de la comunicación asociada a la gestión de contenidos, en ecosistemas transmedia, para generar respuestas en los públicos.
- **Diseño estratégico:**  
Desarrolla estrategias que, mediante el conocimiento de los públicos, determinan los lineamientos de los mensajes para lograr los objetivos comunicacionales.
- **Capacidad directiva:**  
Usa habilidades de liderazgo con visión estratégica y sentido ético para motivar a los equipos de trabajo y orientar los esfuerzos organizacionales.



# MALLA CURRICULAR

## Nivel 1

- Globalización de Contenidos (P)
- Convergencia y Contenidos (P)
- Investigación de Públicos y Mercados (P)
- Design Thinking y Modelos de Negocio en Comunicación (P)
- Ética, Derechos de Autor, Licencias y Contratos (P)

## Nivel 2

- Cultura y Comunicación Interna (P)
- Estrategias de Storytelling (V)
- Estrategias de Marketing (P)

## Nivel 3

- Tendencias del Entorno y Mercados de la Comunicación (P)
- Marketing de Contenidos (P)
- Métrica y Analítica Digital (P)
- Estrategias de Promoción y Distribución de Contenidos (P)
- Seminario de Proyecto Final de Maestría I (P)

## Nivel 4

- Imagen y Reputación Corporativa (E, P)
- Vicería, Relaciones con los Medios y Manejo de Crisis (E, P)
- Comunicación Corporativa y Sostenibilidad (E, P)
- Estrategia de Medios Digitales (E, P)
- Comercio Electrónico (E, P)
- Marketing Digital (E, P)
- Seminario de Proyecto Final de Maestría II (P)

## Nivel 5

- Diseño Transmedia (V)
- Estrategias de Financiamiento (P)
- Liderazgo y Trabajo en Equipo (P)

### LEYENDA

V: Virtual

P: Presencial

E: Electivo

# PROFE SORES



**Daniel Tubau García**

Escritor y guionista de proyectos transmedia

**Eduardo Prádanos Grijalvo**

CEO de Fluor Lifestyle

**Eduardo Venegas**

Gerente corporativo de Comunicación y Sostenibilidad de Industrias San Miguel

**Enrique Giles Torrejón**

Director de Contenidos en Interlatin y fundador de Making Contents

**Giovannie Escribens Ruiz**

Gerente de Gestión Humana en Laive S. A. y director de la Asociación Peruana de Recursos Humanos (APERHU)

**Jorge Toma Takekami**

Director de la Maestría en Marketing y Gestión Comercial de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima

**Juan Gabriel Herrera**

Director del área de Investigación Cualitativa y Transformación en Ipsos Perú

**Lenka Miskulin Gilardi**

CEO de OMD Perú.

**Marimé Carbonell Rosso**

Exdirectora comercial de Belcorp y consultora *sénior*

**Miguel Sánchez Flores**

Docente investigador y *freelance blogger* en el diario *Perú21*

**Valentín Calderón**

Más de 10 años de docencia universitaria

Nota: La plana docente podrá variar de acuerdo con los requerimientos de la Escuela de Posgrado.

# CONSEJO CONSULTIVO



## ERIKA DESULOVICH

—  
Líder de Cultura, Gestión del Cambio y  
Comunicación Interna en Rímac Seguros

## JUAN AURELIO ARÉVALO

—  
Director periodístico del diario  
*El Comercio*

## MARÍA FE MARTÍNEZ

—  
*Director sponsored content* en  
NBC Universal

## PIERINA PAPI

—  
Gerente Corporativo de Marketing  
en AVLA Seguros

# INTER NACIO NAL

A photograph of a modern university building at dusk or night. The building has a large, light-colored concrete facade with a textured surface. A dark, solid-colored section is visible on the right side. A small, illuminated window is visible on the left. The sky is a deep blue, indicating it's either dusk or nighttime.

La maestría incluye una semana internacional de estudios en la Universidad de Navarra (España)\*, durante la cual los alumnos cursan la asignatura Tendencias del Entorno y Mercados de la Comunicación, junto con reconocidos docentes europeos. Esta experiencia les permite analizar las principales tendencias y desafíos del sector, fortaleciendo su visión global.

Asimismo, gracias al convenio con la Universidad Antonio de Nebrija (España), los graduados tienen la oportunidad de acceder a un segundo grado oficial europeo o cursar programas de especialización en áreas como publicidad integrada, comunicación política, gestión de crisis, *marketing* y publicidad digital, todos con reconocimiento académico en la Unión Europea (Sistema Europeo de Transferencia y Acumulación de Créditos, ECTS).

\* El costo de la maestría solo cubre los derechos académicos del viaje de estudios. La participación en esta actividad es requisito para egresar. El destino puede variar dependiendo de las directrices de la Escuela de Posgrado.

# NET WORK ING

El *networking* es parte del proceso de formación en el doctorado. Promovemos la asistencia a conferencias académicas, la participación activa en debates y el diálogo con otros investigadores, con vistas a futuras colaboraciones.



Connect Ulima es un evento presencial que te brinda la oportunidad de descubrir nuestra oferta académica, resolver dudas con directores, docentes y egresados, y participar en espacios de *networking*.

**CONNECT  
ULIMA**

# NUESTRO CAMPUS

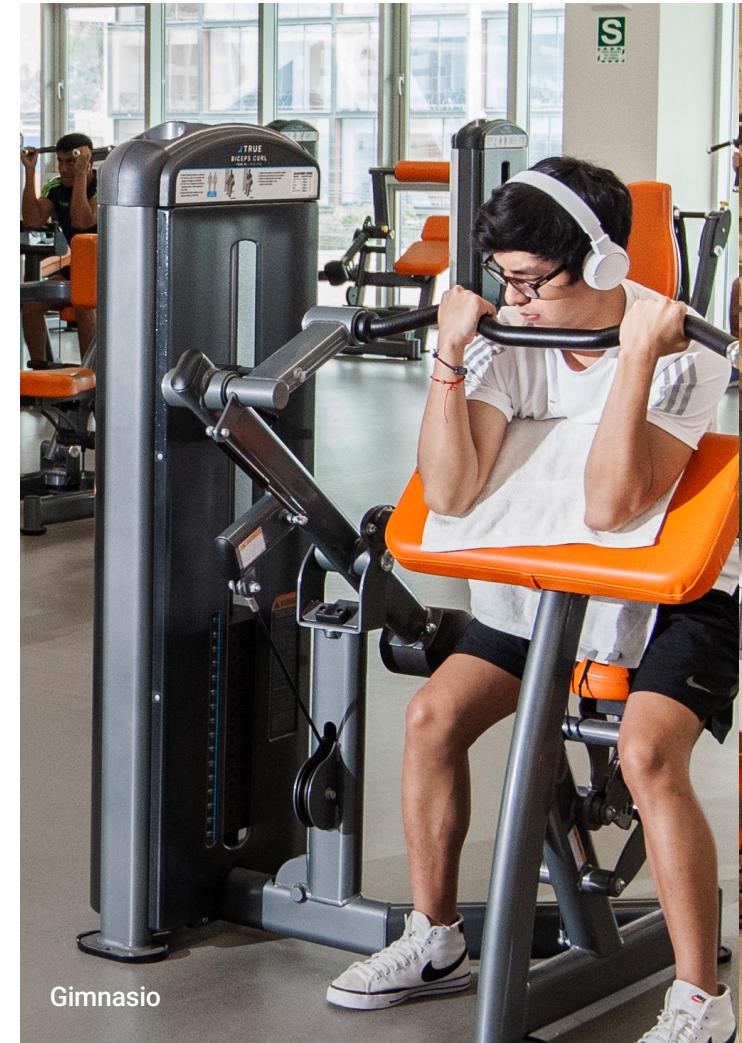
Desde aulas equipadas con la última tecnología hasta espacios diseñados para fomentar tu desarrollo físico, mental y cultural, nuestro campus ofrece un ambiente inspirador que promueve el aprendizaje y el crecimiento personal.



Laboratorio de Mercado de Capitales



Biblioteca



Gimnasio



Canchas deportivas



Espacios de estudios



Explanada



Piscina semiolímpica

# BENE FICIOS

Estos son algunos de los beneficios que los alumnos de la Escuela de Posgrado pueden disfrutar por ser parte de la comunidad Ulima:



## Bienestar

Los estudiantes tienen acceso libre al Centro de Bienestar Universitario en el campus principal, donde pueden usar los servicios de Nutrición y Orientación Psicopedagógica previa cita. Además, tienen la posibilidad de disfrutar de las instalaciones deportivas, las cuales incluyen:

- Gimnasio (zona de pesas, área de trabajo cardiovascular)
- Pista atlética
- Camerinos
- Cancha Polideportiva
- Palestra para escalada
- Salas de yoga y baile

También pueden acceder al Complejo Deportivo de Mayorazgo donde –además de otros espacios deportivos– pueden encontrar nuestra piscina semiolímpica.

## Espacios

Acceso libre a la Biblioteca de la Universidad, salas de visionado y –previa coordinación– todos los laboratorios disponibles, entre los cuales destacan:

- Laboratorio de Mercado de Capitales
- Laboratorio de Fabricación Digital (FabLab)
- Laboratorio de Neurociencias Aplicadas

También pueden disfrutar de los servicios, talleres y concursos que ofrecen:

- Innova Ulima, nuestra incubadora de emprendimientos
- Responde Ulima, nuestro Centro de Sostenibilidad.

Asimismo, tienen acceso libre a las exposiciones de la Galería del Centro Cultural Ulima y la curaduría de películas que ofrece la Sala de Cine Ventana Indiscreta, así como una amplia lista de descuentos de las Promociones Ulima.

## Alumni Ulima

Además, al culminar tus estudios, formarás parte de la red Alumni Ulima, donde tendrás acceso a oportunidades laborales, podrás conectar con profesionales a nivel nacional e internacional, y disfrutarás de descuentos en servicios y programas académicos.

# PROCESO DE ADMISIÓN

## Requisitos de admisión

- Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) o del carné de extranjería (vigente).
- Copia simple del diploma de grado de bachiller registrado en la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (Sunedu. No aplica para graduados de la Universidad de Lima).
- *Curriculum vitae* no documentado firmado, que incluya una foto formal tamaño pasaporte (formato jpg., tamaño: 240 x 288 píxeles, fondo blanco, de frente y sin lentes, resolución mínima: 300 dpi).
- Una carta de recomendación laboral o académica, o un certificado de trabajo profesional del actual o del último empleo.
- De preferencia, contar con una experiencia laboral mínima de tres años.
- Pago por derecho de inscripción cancelado.
- Carta de compromiso de idioma extranjero, de acuerdo a los requerimientos de la ley universitaria vigente.
- Completar un ensayo en el que se expliquen las motivaciones para postular a la maestría. Este será completado en la plataforma que la Escuela de Posgrado indique.

Una vez enviados los documentos, la Oficina de Admisión se comunicará con usted vía correo electrónico –en un plazo no mayor a 48 horas– para que realice el pago de derecho de inscripción al proceso de admisión (S/ 350,00).

## Evaluación psicopedagógica en línea (EPEL – EPG)

Como parte del proceso de postulación, el candidato recibirá un correo electrónico con la información necesaria y el enlace correspondiente para acceder y completar algunas pruebas psicopedagógicas obligatorias, las mismas que se realizan en concordancia con la normativa emitida por el sector educación.

## Entrevista personal

Luego del pago, se procede a agendar la entrevista con el director de la maestría. La fecha se confirmará según disponibilidad de la autoridad académica.

## Requisitos de egreso y grado académico

### Requisitos de egreso

- Completar el plan de estudios.
- Cumplir obligaciones y compromisos con la Universidad de Lima.
- Tramitar la condición de egresado con DUSAR.

### Requisitos para obtener el grado académico

- Tener la condición de egresado.
- Acreditar el dominio de un idioma extranjero o lengua nativa. Esto se efectúa con la presentación de certificados expedidos por institutos reconocidos por la Universidad a través del Centro de Idiomas.
- Conseguir la aprobación de la tesis o el trabajo de investigación.
- Cumplir con los requisitos establecidos en las normas y los reglamentos.

Nota 1: El plazo máximo para obtener el grado académico es de seis años.

Nota 2: Las normas y los reglamentos vigentes se encuentran en la página web de la Universidad ([www.ulima.edu.pe](http://www.ulima.edu.pe)).

# INFORMES E INSCRIPCIONES\*

**Inicio de clases:**

17 de agosto de 2026

**Duración:**

19 meses

**Horario\*\*:**

Lunes y miércoles de 19.00 a 22.40 horas

Sábados de 9.00 a 12.40 horas

Maestría licenciada por la SUNEDU

Financiamiento sin intereses directo con la Ulma.

\* El costo de la maestría solo cubre los derechos académicos.

\*\* El horario de clases durante la semana internacional de estudios  
será comunicado con anticipación a los estudiantes.

**Teléfono:**

(01) 437 6767 anexo 32237

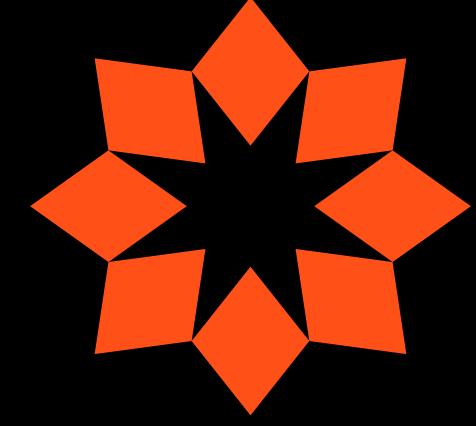
**Asesora encargada:**

Isabel Esteban (979 945 514)

**Correo:**

posgrado@ulima.edu.pe





UNIVERSIDAD  
DE LIMA