



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Centro de Ciencias Sociales y
Humanidades

Lic. en Comunicación Corporativa
Estratégica

Título:	Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica
Plan:	2026
Carrera:	93
Duración:	8 semestres
Créditos:	342
Modalidad:	Presencial
Lugar de impartición:	Campus Central



OBJETIVO

Formar profesionistas a nivel licenciatura en Comunicación Corporativa Estratégica, líderes en el diseño, gestión y evaluación de proyectos de comunicación integral en entornos digitales y tradicionales, enfocados en el fortalecimiento del networking corporativo, la identidad, reputación e imagen institucional mediante la generación de estrategias de negociación, mediación y gestión de la comunicación en contextos complejos, así como de contenidos en múltiples plataformas y medios; promoviendo entornos organizacionales productivos con un enfoque humanista, multicultural, ético y de sostenibilidad social.

PERFIL DE INGRESO

Con base en la normatividad institucional, el aspirante aplicará el examen de ingreso vigente de conocimientos y habilidades para lograr los objetivos del plan de estudios.

Adicionalmente, es deseable que el aspirante muestre los siguientes rasgos:

- Facilidad en el manejo de tecnologías digitales e interés por el manejo profesional de redes sociales.
- Habilidades de liderazgo, mediación y resolución de problemas.
- Buen manejo de relaciones interpersonales.
- Comunicarse correctamente en forma oral y escrita.
- Capacidad para leer, interpretar y sintetizar información diversa.
- Imaginación, creatividad, dinamismo y espíritu emprendedor.
- Sensible a la diversidad y la interculturalidad.
- Gusto por los idiomas y, deseablemente, conocimientos básicos de inglés.
- Capacidad de análisis y pensamiento crítico para anticipar tendencias del mercado y adaptar la comunicación a contextos cambiantes y globales.
- Gestión de datos e interpretación de métricas para diseñar estrategias basadas en información cuantitativa y cualitativa, maximizando el impacto comunicativo.
- Adaptabilidad y resiliencia para enfrentar entornos de alta incertidumbre y gestionar eficazmente procesos de cambio organizacional.
- Conciencia ambiental y enfoque en sostenibilidad para integrar principios de comunicación que promuevan prácticas responsables y el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Asimismo, el aspirante deberá cumplir el proceso y los requisitos señalados por el Reglamento General de Docencia vigente.

PERFIL DEL EGRESADO

Habilidades para:

- Realizar planes y programas de comunicación corporativa a nivel interno y externo, para alinear los objetivos organizacionales con las necesidades de los públicos, fortaleciendo la identidad corporativa, la cohesión interna y la proyección externa de la organización.
- Desarrollar estrategias de comunicación, negociación, gestión de crisis, reputación corporativa y posicionamiento para impulsar el desarrollo integral de las organizaciones.
- Generar e implementar estrategias de relaciones institucionales a través de acciones como el lobbying, relaciones con la prensa, organización de eventos, protocolo, patrocinios, mecenazgo, fundraising, así como el periodismo corporativo que permitan una imagen positiva y sólida con sus públicos.
- Diseñar y comunicar la identidad e imagen corporativa de las organizaciones, integrando estrategias que consoliden su reputación y fortalezcan la percepción del público en entornos complejos, mediante el uso estratégico de la semiótica y la significación para construir conexiones significativas con sus audiencias internas y externas.
- Aplicar las teorías de la comunicación organizacional para diseñar, gestionar y evaluar las estrategias comunicativas que garanticen coherencia, accesibilidad, transparencia y alineación con la identidad y los valores organizacionales.
- Generar contenidos transmedia y crossmedia alineados a la filosofía y cultura corporativa que les permitan a las organizaciones generar visibilidad, notoriedad y credibilidad con sus públicos.
- Integrar herramientas de inteligencia artificial (IA) y desarrollo tecnológico en la planificación, ejecución y evaluación de estrategias de comunicación, optimizando la interacción con stakeholders y fortaleciendo la reputación corporativa, garantizando la protección de la privacidad y la construcción de mensajes transparentes y alineados con la ética.
- Elaborar estrategias de comunicación interna y capacitación continua que propicien ambientes sanos de trabajo, eleven la motivación y favorezcan el desempeño de las personas en el ámbito laboral.
- Establecer, gestionar y fortalecer relaciones estratégicas con distintos actores clave dentro y fuera de la organización para la creación de oportunidades de negocio, colaboración y crecimiento profesional.
- Escuchar, hablar, escribir y leer en idioma inglés a nivel básico para facilitar el acceso, intercambio y comprensión de la información.

PERFIL DEL EGRESADO

Conocimientos:

- Teorías de la comunicación humana que aborden la dinámica, social, política, económica, tecnológica, cultural y ambiental, así como modelos de comunicación interna y externa en las organizaciones.
- Técnicas para el desarrollo de la creatividad y su aplicación en productos y medios audiovisuales.
- Herramientas de inteligencia artificial, tendencias de la comunicación y manejo de multiplataformas.
- Modelos de relaciones públicas, protocolos de actuación en crisis y de atención a medios, así como ceremonial y diplomacia para organización de eventos corporativos e institucionales.
- Teorías y métodos de análisis de redes sociales, modelos de networking y social media management.
- Metodologías de investigación, técnicas y herramientas de análisis, interpretación y divulgación de datos cuantitativos y cualitativos.
- Fundamentos de periodismo corporativo, media training y formación de portavoces.
- Modelos de intervención organizacional, gestión de equipos de alto desempeño y habilidades comunicativas para la alta dirección y la gestión del cambio.
- Modelos para la elaboración y ejecución de planes de comunicación estratégica que atiendan el desarrollo integral de la cultura, reputación y comportamiento organizacional.
- Idioma inglés a nivel básico.

VALORES

- **Responsabilidad social**
- **Humanismo**
- **Autonomía**
- **Innovación**
- **Pluralismo**
- **Excelencia**
- **Respeto**
- **Inclusión**
- **Equidad**
- **Transparencia**

ACTITUDES

- **Ética**
- **Confianza**
- **Empatía**
- **Liderazgo y emprendimiento**
- **Trabajo colaborativo**



CAMPO DE TRABAJO

Las personas egresadas de la licenciatura están preparadas para ejercer la comunicación corporativa estratégica en empresas del sector privado desde micronegocios hasta corporativos transnacionales; en organismos del sector público, gobierno en sus diferentes niveles y los tres poderes, las entidades autónomas, institutos públicos, instituciones culturales, de salud, educativas y ambientales; en organizaciones del tercer sector tales como fundaciones, asociaciones civiles, organizaciones no gubernamentales, entre otras; así como en emprendimientos, servicios de consultoría y asesoría para organizaciones y personas individuales en materia de comunicación e imagen corporativa e institucional; igualmente, en entidades especializadas en la investigación y análisis de fenómenos y prácticas comunicativas.

Mapa Curricular Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica



Programa Institucional de Formación Humanista
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras

Servicio Social
(Curso de inducción)

Prácticas Profesionales
(Curso de inducción)

Programa Institucional de Servicio Social

Programa Institucional de Prácticas Profesionales

Requisitos de Egreso y Titulación

Materias Obligatorias

330 créditos

Programa Institucional de Formación Humanista
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Servicio Social
Programa Institucional de Prácticas Profesionales
Examen de Egreso

9 créditos¹
Acreditar
500 horas
240 horas²
1 examen

¹ Con base en la aprobación del Programa Institucional de Formación Humanista (PIFH) por parte del H. Consejo Universitario el día 15 de diciembre de 2011, donde se establece que los contenidos de este requisito de titulación pueden ser incluidos en los Planes de Estudio, y atendiendo la tipología de PRODEP, científico-prácticos (CP). Son programas cuyos egresados se dedicarán en su mayoría a la práctica profesional. Sus planes de estudio tienen una proporción considerable de cursos orientados a comunicar las experiencias prácticas y otra, también significativa, de cursos básicos de ciencias o de humanidades. Ejemplos de estos programas son las licenciaturas en las ingenierías, la medicina y algunas ciencias sociales como la economía. Los estudiantes que cursen este Plan de Estudios, darán cumplimiento a los 9 créditos que contempla el Programa de la siguiente forma:

- **6 créditos** a través de los contenidos de las materias de: Desarrollo de habilidades de comunicación, Redacción Práctica en la Organización, Teoría Social y Problemas Contemporáneos, Producción Radiofónica, Introducción al Campo de la Comunicación, Fotografía Corporativa, Técnicas de Presentación de Proyectos, Informática para Ciencias Sociales, Teorías de la Comunicación Organizacional, Estructura de los Códigos de Comunicación, Generación de Contenidos y Narrativas Transmedia, Video Corporativo, Uso e Interpretación de Datos Estadísticos, Herramientas Digitales Avanzadas para la Comunicación Corporativa, Psicología de las Organizaciones, Gerencia de Marca, Diseño Corporativo Estratégico, Comunicación Corporativa Interna, Ética Profesional, Investigación Aplicada a la Comunicación, Análisis y Administración de Datos en la Comunicación, Comunicación Corporativa Externa, Comunicación Pública e Institucional, Medios Sociales y Community Management, Elementos de derecho corporativo y propiedad intelectual, Taller de Imagen Corporativa, Planeación Estratégica, Discusiones Actuales de la Comunicación, Desarrollo de Negocios de Comunicación, Comunicación en Organizaciones del Tercer Sector, Comunicación y Responsabilidad Social, Organización de Eventos Corporativos, Habilidades Comunicativas para la Alta Dirección, Comunicación Publicitaria, Relaciones Públicas y Networking Corporativo, Laboratorio de Publicidad y Creatividad, Dirección de Recursos Humanos, Dirección Estratégica de la Comunicación – DIRCOM y Gestión de Imagen Política y Pública.

- **3 créditos** que deberán acreditar del primero al cuarto semestre a través del resto de las modalidades que plantea el PIFH: Cursos, actividades personales y/o eventos validados por el Centro Académico ante el DAFI.

² Se cumplirá este requisito de acuerdo a los lineamientos establecidos en el Programa Institucional de Prácticas Profesionales vigente.