



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Centro de Ciencias Sociales y Humanidades

Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica

🎓	Título:	Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica
✍️	Plan:	2019
📚	Carrera:	93
🕒	Duración:	8 semestres
★	Créditos:	352 créditos
📖	Modalidad:	Presencial
📍	Lugar de impartición:	Campus Central



OBJETIVO

Formar Licenciados en Comunicación Corporativa Estratégica que diseñen, implementen y evalúen estrategias y programas de comunicación integral para entidades de tipo empresarial, público y social, en los ámbitos de relaciones públicas, alianzas estratégicas y networking; comunicación interna para la productividad y el desarrollo de las organizaciones y las personas; imagen y reputación para la ciudadanía corporativa y la sostenibilidad social; así como gestión de medios, administración de redes sociales y producción de contenidos multiplataforma; a través de una sólida formación teórica, metodológica y práctica, con perspectiva humanista, multicultural, incluyente y ética.

PERFIL DE INGRESO

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

Además, es deseable que el aspirante muestre las siguientes características:

- 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 e 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.

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

PERFIL DEL EGRESADO

Habilidades para:

- Diseñar, desarrollar y evaluar los planes de comunicación estratégica para favorecer la eficiencia de las organizaciones a nivel interno y externo.
- Generar e implementar estrategias de relaciones públicas que permitan una mejor imagen de la organización con sus públicos a través de acciones como el lobbying, relaciones con la prensa, organización de eventos, protocolo y ceremonial, patrocinios, mecenazgo, fundraising, así como el periodismo corporativo.
- Diseñar e implementar el plan de imagen corporativa que le permita a la organización mantener una imagen sólida y una reputación favorable a través de redes de colaboración internas y externas que impulsen proyectos consistentes dirigidos a fomentar la ciudadanía corporativa y la sostenibilidad social.
- Aplicar conocimientos sobre teorías de la comunicación y la organización para construir un discurso congruente y coherente alineado al ideario institucional y la filosofía corporativa.
- Generar contenidos informativos multiplataforma, transmedia y crossmedia con base en los objetivos, cultura y propósitos de la organización y crear acontecimientos relacionados con el discurso institucional de la organización para participar en los temas de la agenda pública y así ganar visibilidad, notoriedad y credibilidad.
- Gestionar y dirigir la aplicación profesional de las herramientas y tecnologías de comunicación, tales como las fotográficas, audiovisuales, de producción y post-producción, de almacenamiento digital, de información compartida y de interacción virtual, para la comunicación interna y externa.
- Diseñar y ejecutar protocolos de actuación comunicativa para atender a los medios informativos, así como los aspectos relacionados con la gestión de crisis, a fin de reducir su impacto en las organizaciones.
- Desarrollar, implementar y evaluar estrategias de comunicación corporativa interna, tanto interpersonales como tecnológicamente mediadas, que promuevan el desarrollo, la satisfacción y la motivación de los empleados, para generar mayor compromiso e identidad con su organización, elevar la productividad y potenciar su capital social y cultural.
- Implementar y administrar, mediante la colaboración multidisciplinaria con expertos de áreas afines, las soluciones para la difusión de información institucional y la interacción directa con los públicos de interés.
- Comprender y dominar la comunicación oral y escrita, tanto en idioma español a nivel de competencia gerencial, como en inglés a nivel de desempeño funcional.

PERFIL DEL EGRESADO

Conocimientos:

- Modelos y tendencias en la implementación de Tecnologías de la Información y la Comunicación, manejo de medios sociales y plataformas digitales de trabajo colaborativo interno y externo.
- Teorías de la comunicación y de la organización.
- Teorías explicativas y tendencias macro, meso y micro sobre las dinámicas sociales, económicas, culturales, mediáticas y de comunicación interpersonal.
- Fundamentos de la práctica comunicativa, incluyendo canales, herramientas (fotografía, audiovisual, multimedia), *storytelling*, recursos, técnicas, estructura, cultura(s) y operaciones de la organización.
- Competencias comunicativas interpersonales y manejo de imagen personal bajo estándares globales, diversos y multiculturales.
- Modelos de relaciones públicas, protocolos de actuación en crisis y de atención a medios, así como organización de eventos y logística.
- Teorías y métodos de análisis de redes sociales, modelos de networking y Social Media *Management*.
- Metodologías de investigación y técnicas y herramientas de análisis, interpretación y divulgación de datos cuantitativos y cualitativos.
- Fundamentos de periodismo corporativo, media training y formación de voceros.
- Modelos de intervención organizacional, gestión de equipos de alto desempeño y habilidades comunicativas para la alta dirección.
- Enfoques de la cultura organizacional y estrategias de identidad corporativa.
- Técnicas comunicativas de negociación, solución de problemas y cabildeo.
- Métodos, técnicas e instrumentos para la medición de intangibles comunicativos como la reputación mediática, así como de los impactos mediáticos en todos sus sentidos.
- Medios, estrategias y plataformas de imagen corporativa, social, política y pública.
- Técnicas y estrategias de difusión de información institucional.
- Idioma inglés en su área de competencia.

ACTITUDES

- Apertura y adaptación al cambio.
- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Creatividad y pensamiento estratégico.
- Curiosidad científica.
- Empatía y cooperación.
- Proactividad ante los conflictos y disposición hacia la mediación y la negociación.
- Disposición y flexibilidad cognitiva.
- Visión para identificar áreas de oportunidad en el entorno mediático de la esfera pública.
- De humanismo y compromiso para impulsar proyectos de comunicación institucional en organismos del tercer sector.
- Disposición al trabajo en un clima de diversidad, pluralidad y multiculturalidad.

VALORES

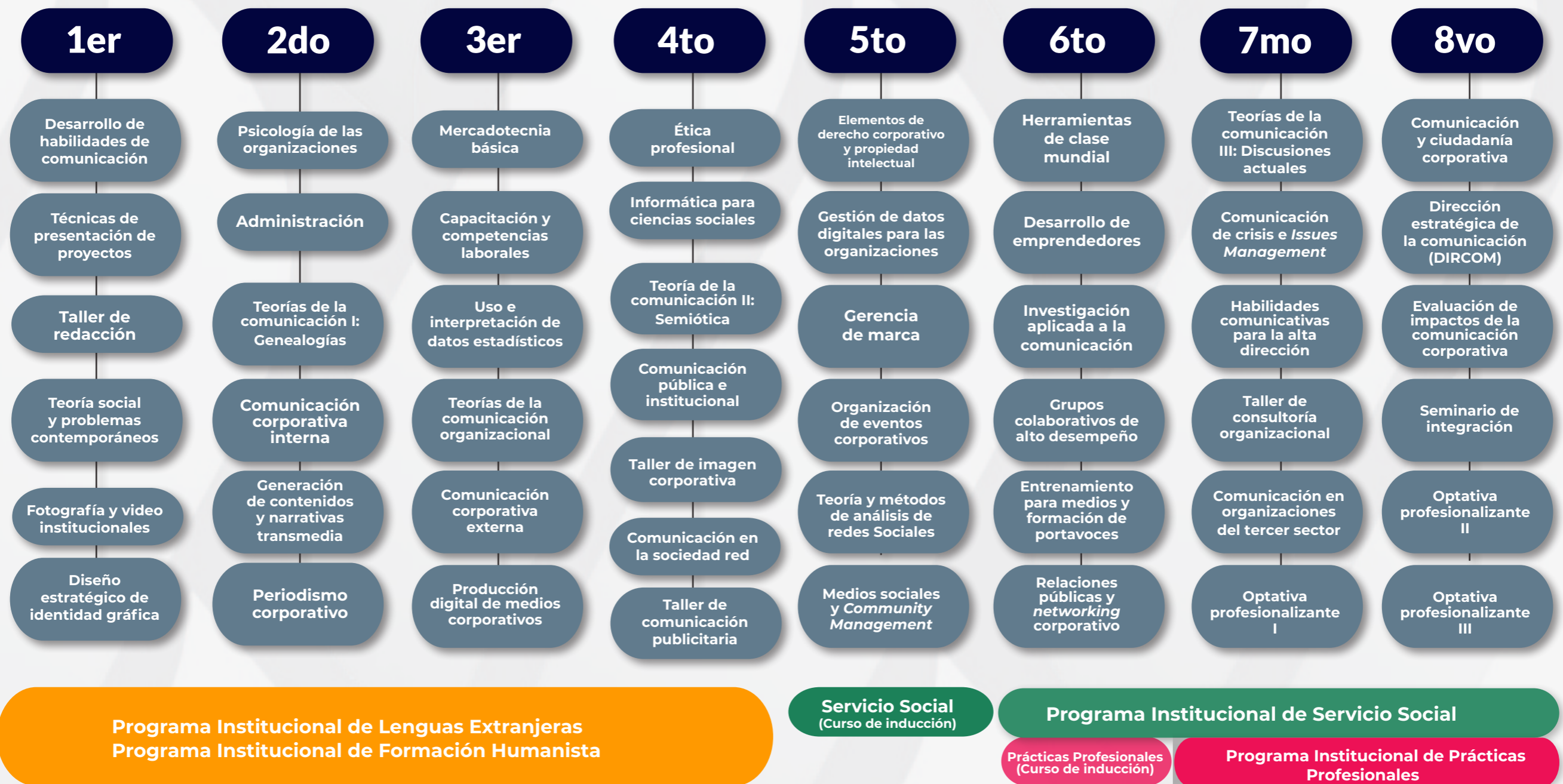
- Humanismo
- Legalidad y transparencia
- Equidad e igualdad
- Respeto y honestidad
- Autonomía y responsabilidad social
- Pluralismo
- Calidad
- Veracidad



CAMPO DE TRABAJO

El egresado de esta profesión está preparado para ejercer la comunicación corporativa estratégica en empresas del sector privado y social, desde micronegocios hasta corporativos transnacionales; en organismos del sector público tales como los gobiernos en sus diferentes niveles y los tres poderes, las entidades autónomas, institutos públicos, instituciones culturales, de salud, educativas, etc.; en organizaciones del tercer sector tales como fundaciones, asociaciones civiles, emprendimientos sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales, entre otras; así como en iniciativas propias relativas a 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 comunicativos.

Mapa Curricular Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica



Requisitos de Egreso y Titulación

Materias Obligatorias
Materias Optativas Profesionalizantes

334 créditos
18 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 horas²
240 horas³
1 examen

¹El Programa Institucional de Formación Humanista aprobado por el H. Consejo Universitario el día 15 de diciembre de 2011, establece que los contenidos de este requisito de titulación pueden ser incluidos en los Planes de Estudio. La tipología de PRODEP señala que los Programas Científico-Prácticos (CP) son programas cuyos egresados se dedicarán en su mayoría a la práctica profesional. Los planes de estudio de estos programas tienen cursos orientados a experiencias prácticas y cursos básicos de ciencias o de humanidades. 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, Técnicas de presentación de proyectos, Taller de redacción, Teoría social y problemas contemporáneos, Fotografía y video institucionales, Diseño estratégico de identidad gráfica, Psicología de las organizaciones, Administración, Teorías de la Comunicación I: Genealogías, Comunicación corporativa interna, Mercadotecnia básica, Capacitación y competencias laborales, Teorías de la comunicación organizacional, Comunicación corporativa externa, Ética profesional, Informática para ciencias sociales, Teoría de la comunicación II: Semiótica, Comunicación en la sociedad red, Elementos de derecho corporativo y propiedad intelectual, Gerencia de marca, Organización de eventos corporativos, Teoría y métodos de análisis de redes sociales, Herramientas de clase mundial, Desarrollo de emprendedores, Investigación aplicada a la comunicación, Grupos colaborativos de alto desempeño, Teorías de la comunicación III: Discusiones actuales, Habilidades comunicativas para la alta dirección, Comunicación y ciudadanía corporativa.

- 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 Departamento de Apoyo a la Formación Integral.

² Se liberarán 200 horas del Programa Institucional de Servicio Social a través de un proyecto de servicio social dentro de la materia: Comunicación en organizaciones del tercer sector del 7º semestre y el resto de las horas de Servicio Social (300 horas) se realizarán por medio de proyectos autorizados de acuerdo con los lineamientos del Programa Institucional de Servicio Social.

³ Se liberará el requisito mediante la modalidad de Carga académica en 7º con la materia Taller de consultoría organizacional, con 120 horas y 8º semestre con la materia Seminario de integración, con 120 horas dadas las características y descripción de las mismas.