

## OBJETIVO GENERAL

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 DEL ASPIRANTE

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.

**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.

### **DURACIÓN**

Ocho semestres.

---

**Centro de Ciencias Sociales y Humanidades****Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica**

---

**PLAN DE ESTUDIOS****PLAN 2019  
CARRERA 93****PRIMER SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Desarrollo de habilidades de comunicación	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Técnicas de presentación de proyectos	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Taller de redacción	1	3	5	Centro de las Artes y la Cultura	Letras
Teoría social y problemas contemporáneos	4	0	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Sociología
Fotografía y video institucionales	2	4	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Diseño estratégico de identidad gráfica	2	3	7	Ciencias del Diseño y de la Construcción	Diseño Gráfico

Programa Institucional de Lenguas Extranjeras

Programa Institucional de Formación Humanista

**SEGUNDO SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Psicología de las organizaciones	4	1	9	Ciencias Sociales y Humanidades	Psicología
Administración	3	2	8	Ciencias Económicas y Administrativas	Administración
Teorías de la comunicación I: Genealogías	4	0	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Comunicación corporativa interna	2	4	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Generación de contenidos y narrativas transmedia	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Periodismo corporativo	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación

Programa Institucional de Lenguas Extranjeras

Programa Institucional de Formación Humanista

**TERCER SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Mercadotecnia básica	3	2	8	Ciencias Económicas y Administrativas	Mercadotecnia
Capacitación y competencias laborales	3	2	8	Ciencias Económicas y Administrativas	Recursos Humanos
Uso e interpretación de datos estadísticos	2	3	7	Ciencias Básicas	Estadística
Teorías de la comunicación organizacional	4	0	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Comunicación corporativa externa	2	4	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Producción digital de medios corporativos	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación

Programa Institucional de Lenguas Extranjeras

Programa Institucional de Formación Humanista

**Centro de Ciencias Sociales y Humanidades**

**Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica**

**CUARTO SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Ética profesional	2	2	6	Ciencias Sociales y Humanidades	Filosofía
Informática para ciencias sociales	1	4	6	Ciencias Básicas	Sistemas de información
Teoría de la comunicación II: Semiótica	4	0	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Comunicación pública e institucional	3	2	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Taller de imagen corporativa	2	2	6	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Comunicación en la sociedad red	2	2	6	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Taller de comunicación publicitaria	2	2	6	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación

Programa Institucional de Lenguas Extranjeras

Programa Institucional de Formación Humanista

**QUINTO SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Elementos de derecho corporativo y propiedad intelectual	3	2	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Derecho
Gestión de datos digitales para las organizaciones	2	3	7	Ciencias Básicas	Sistemas de información
Gerencia de marca	2	2	6	Ciencias Económicas y Administrativas	Mercadotecnia
Organización de eventos corporativos	2	4	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Teoría y métodos de análisis de redes Sociales	2	2	6	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Medios sociales y <i>Community Management</i>	2	4	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación

Programa Institucional de Servicio Social (Curso de Inducción)

**SEXTO SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Herramientas de clase mundial	3	2	8	Ciencias Económicas y Administrativas	Recursos Humanos
Desarrollo de emprendedores	2	3	7	Ciencias Económicas y Administrativas	Administración
Investigación aplicada a la comunicación	2	4	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Grupos colaborativos de alto desempeño	0	4	4	Ciencias Sociales y Humanidades	Psicología
Entrenamiento para medios y formación de portavoces	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Relaciones públicas y <i>networking</i> corporativo	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación

Programa Institucional de Servicio Social

Programa Institucional de Prácticas Profesionales (Curso de inducción)

---

**Centro de Ciencias Sociales y Humanidades****Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica**

---

**SÉPTIMO SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Teorías de la comunicación III: Discusiones actuales	4	0	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Comunicación de crisis e <i>Issues Management</i>	2	2	6	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Habilidades comunicativas para la alta dirección	2	2	6	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Taller de consultoría organizacional <sup>1</sup>	2	6	10	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Comunicación en organizaciones del tercer sector <sup>2</sup>	2	4	8	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Optativa profesionalizante I					

Programa Institucional de Servicio Social

Programa Institucional de Prácticas Profesionales

**OCTAVO SEMESTRE**

MATERIA	H/T	H/P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Comunicación y ciudadanía corporativa	1	3	5	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Dirección estratégica de la comunicación (DIRCOM)	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Evaluación de impactos de la comunicación corporativa	2	3	7	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Seminario de integración <sup>3</sup>	4	4	12	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Optativa profesionalizante II					
Optativa profesionalizante III					

Programa Institucional de Servicio Social

Programa Institucional de Prácticas Profesionales

**REQUISITOS DE TITULACIÓN**

Los requisitos de titulación se especifican con base en el artículo 156 del Reglamento General de Docencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

“Una vez acreditadas todas las materias y requisitos señalados en el plan de estudios de las carreras de nivel técnico, técnico superior y licenciatura, el egresado podrá solicitar la expedición de su título en el Departamento de Control Escolar, luego de cumplir con los siguientes elementos:

- I.- Haber cumplido con los requisitos de Servicio Social, Formación Humanista, Prácticas Profesionales y Lenguas Extranjeras, definidos en los programas institucionales;
- II.- Comprobar que no se tiene adeudo alguno con la Universidad Autónoma de Aguascalientes;
- III.- Haber cubierto la cuota establecida en el plan de arbitrios para la obtención del título; y
- IV.- Haber presentado el examen de egreso.”<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> En esta materia se liberarán 120 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

<sup>2</sup> La materia de Comunicación en organizaciones del tercer sector apoya al cumplimiento parcial de 200 horas del Programa Institucional de Servicio Social mediante la realización de un proyecto.

<sup>3</sup> En esta materia se liberarán 120 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

<sup>4</sup> Aprobado por el Honorable Consejo Universitario en sesión ordinaria celebrada el día 15 de diciembre de 2011.