Centro de Ciencias SOCIALES Y HUMANIDADES

Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica

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

- 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

PLAN DE ESTUDIOS

8 SEMESTRES

PLAN 2019

1

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
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Formación Humanista

2

Psicología de las Organizaciones
Administración
Teorías de la Comunicación I: Genealogías
Comunicación Corporativa Interna
Generación de Contenidos y Narrativas Transmedia
Periodismo Corporativo
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Formación Humanista

3

Mercadotecnia Básica
Capacitación y Competencias Laborales
Uso e Interpretación de Datos Estadísticos
Teorías de la Comunicación Organizacional
Comunicación Corporativa Externa
Producción Digital de Medios Corporativos
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Formación Humanista

4

Ética Profesional
Informática para Ciencias Sociales
Teoría de la Comunicación II: Semiótica
Comunicación Pública e Institucional
Taller de Imagen Corporativa
Comunicación en la Sociedad Red
Taller de Comunicación Publicitaria
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras
Programa Institucional de Formación Humanista

5

Elementos de Derecho Corporativo y Propiedad Intelectual
Gestión de Datos Digitales para las Organizaciones
Gerencia de Marca
Organización de Eventos Corporativos
Teoría y Métodos de Análisis de Redes Sociales
Medios Sociales y Community Management
Programa Institucional de Servicio Social (Curso de Inducción)

6

Herramientas de Clase Mundial
Desarrollo de Emprendedores
Investigación Aplicada a la Comunicación
Grupos Colaborativos de Alto Desempeño
Entrenamiento para Medios y Formación de Portavoces
Relaciones Públicas y Networking Corporativo
Programa Institucional de Servicio Social
Programa Institucional de Prácticas Profesionales (Curso de Inducción)

7

Teorías de la Comunicación III: Discusiones Actuales
Comunicación de Crisis e Issues Management
Habilidades Comunicativas para la Alta Dirección
Taller de Consultoría Organizacional [1]
Comunicación en Organizaciones del Tercer Sector [2]
Optativa Profesionalizante I
Programa Institucional de Servicio Social
Programa Institucional de Prácticas Profesionales

8

Comunicación y Ciudadanía Corporativa
Dirección Estratégica de la Comunicación (DIRCOM)
Evaluación de Impactos de la Comunicación Corporativa
Seminario de Integración [3]
Optativa Profesionalizante II
Optativa Profesionalizante III
Programa Institucional de Servicio Social
Programa Institucional de Prácticas Profesionales

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.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES

www.uaa.mx

CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES:
Departamento de Comunicación, Campus Central, Av. Universidad #940, Aguascalientes, Módulo 7, Tel: 449 910-74-00 Ext: 57155

DEPARTAMENTO DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA:
Edificio 56, planta alta Tel: 449 910-74-38
E-mail: orientacion_educativa@correo.uaa.mx

Diseño e impresión: Sección de Procesos Gráficos
Departamento Editorial de la Dirección General de Difusión y Vinculación