

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 DE SOCIALES Y HUMANIDADES
LICENCIATURA 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	Representación

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 DE SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA 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 DE SOCIALES Y HUMANIDADES**LICENCIATURA 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 ¹	2	6	10	Ciencias Sociales y Humanidades	Comunicación
Comunicación en organizaciones del tercer sector ²	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 ³	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.”⁴

¹ En esta materia se liberarán 120 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

² 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.

³ En esta materia se liberarán 120 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

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