

Curso de Posgrado en
**COMUNICACIÓN
CORPORATIVA**
Virtual

Curso de Posgrado en COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Acerca del programa

En el contexto actual de las organizaciones, la Comunicación Corporativa es una necesidad estratégica clave para lograr posicionamiento, buena reputación y óptimos resultados económicos con responsabilidad social.

Transmitir la identidad y valores a la comunidad que la rodea es vital para obtener la licencia social para operar. Cada empleado comprometido con la institución es un vocero inigualable. Una compañía que mantiene una coherencia entre las políticas y la acción tendrá una buena reputación y su nombre estará asociado a las ideas de calidad y confianza. Todas estas condiciones suponen algo más que un equipo de gestión responsable y dinámico: para que una empresa tenga prestigio, sus políticas, objetivos y características diferenciales deben darse a conocer.

Y es en este programa donde se desarrollarán las habilidades específicas a través de situaciones problemáticas reales, se adquirirán conocimientos técnicos y compartirán las experiencias de un equipo docente de profesionales y consultores en actividad.

Inicio

18 de abril

Finalización

5 de diciembre

Clases:
Martes, 19 a 22 hs.

Clase adicional:
Viernes 23 de junio

UADE
BUSINESS SCHOOL

Curso de Posgrado en COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Objetivos del programa

- Desplegar en el candidato una visión integral que le permita comprender la incidencia de la comunicación en los resultados de la organización.
- Adquirir las competencias necesarias para desarrollarse en el área de la Comunicación Corporativa y alcanzar los objetivos institucionales.
- Realizar diagnósticos organizacionales en el ámbito de la comunicación interna-externa y análisis de tendencias.
- Incorporar nuevas técnicas para optimizar la reputación y comunicación organizacional.
- Lograr una visión estratégica de relacionamiento 3.0 con los principales stakeholders.
- Conocer las rutinas periodísticas que inciden en la agenda setting de los medios y posicionar los temas institucionales en situaciones de crisis.
- Definir programas de comunicación corporativa que contribuyan al logro de los objetivos de la organización.

Metodología innovadora de enseñanza

- a) Clases sincrónicas semanales con TEAMS, de 3 horas.
- b) Foros de análisis, investigación y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
- c) Trabajo en Equipo con transferencia al contexto puesto/área/ organización/ sector/industria.
- d) Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.
- e) Trabajo Integrador Final.

Destinatarios

Profesionales con potencial de crecimiento, provenientes de otras áreas de formación, que deseen adquirir conocimientos y herramientas de la disciplina de la Comunicación Corporativa o que se desempeñen en el área de competencia y necesite actualizar nuevas metodologías de trabajo o desarrollar habilidades de comunicación efectiva intra e interorganizacional.



Curso de Posgrado en **COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Beneficios que ofrece el Curso de Posgrado en Comunicación Corporativa de UBS

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador.
- Intercambiar experiencias.



Curso de Posgrado en **COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de UADE.
- Cerca de 60 años enseñando gestión de negocios.
- 30 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la Transferencia al Puesto de Trabajo.
- Contenidos asociados a la realidad del participante.
- Desarrollo de mejores prácticas de negocios.
- Toma de decisiones gerencial a través de casos.
- Docentes con vasta experiencia profesional y gerencial
- Infraestructura edilicia y tecnológica de primer nivel.

Nuestros Valores y Competencias

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| • Trabajo en Equipo | • Innovación |
| • Integración | • Liderazgo |
| • Empoderamiento | • Proactividad |
| • Sostenibilidad | • Flexibilidad |
| • Transformación de la Realidad | • Actualización |
| • Gestión del Cambio | • Madurez Emocional |
| • Creación de Valor | • Legitimación - Toma de Decisiones |
| • Emprendedurismo | |



Curso de Posgrado en **COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Plan de estudios

Módulo 1 - Imagen Corporativa

Imagen y reputación corporativa. Autoimagen, imagen intencional e imagen pública. Visión reputacional y grupos de interés. Gestión de los intangibles. Auditoría de imagen. Gestión de la medición reputacional. Segmentación, indicadores y variables reputacionales para empresas. Mercado de reputación corporativa. Ethos corporativo y retórica reputacional en redes sociales. Percepción, autopercepción, sustentabilidad y lealtad. Reputación interna. Riesgo reputacional y medios de comunicación.

Módulo 2 - Asuntos Públicos y Lobbying

Definiciones e introducción a la problemática de los asuntos públicos y el lobbying. Análisis y determinación de los actores. Elaboración de las políticas públicas. Planificación de una acción profesional de lobbying. Manejo de la comunicación efectiva en la sociedad y las instituciones. El manejo de la incertidumbre. La construcción de la agenda pública. Las relaciones con el Estado: Lobbying y sus escenarios.

Módulo 3 - Relaciones con la Prensa y Crisis

Mapa de Medios. Multimedios y el contexto mediático. Relación empresa- medios, interacción y compromiso. Cambios Paradigmáticos. Comunicación de riesgos. El gabinete de crisis. El vocero: perfil y habilidades. Medios y situaciones de crisis. El Manual de Crisis: características, utilidad y contenidos.

Módulo 4 - Taller de Comunicación Escrita y Oral

Matriz de Wunderman. Plain language. Oxímoron, anfibologías y pleonasmos. Redacción corporativa, publicitaria y para redes sociales. Redacción para la self-promotion: 5 aspectos clave del perfil de LinkedIn. Criterios para juzgar y componer una pieza de oratoria. La comunicación no verbal. Análisis del discurso oral presencial y en las plataformas para reuniones virtuales.



Curso de Posgrado en **COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Módulo 5 - Comunicación interna y Gestión del Cambio

La cultura organizacional y sus dimensiones como vehículo de la estrategia. La organización formal e informal y su impacto en la sustentabilidad. Proceso de transformación y cambio organizacional. Barreras de la Comunicación Interna. Branding interno. La intracomunicación y el rol clave del capital humano. Etapas de un Programa de Comunicación Interna: análisis PESTEL y FODA en entornos VUCA, diagnóstico organizacional, objetivos, estrategia y tácticas específicas de CI.

Módulo 6 - Comunicación Digital

Herramientas digitales tradicionales; principios, nuevos formatos y tendencias. Marketing en buscadores: SEO y SEM, retargeting y remarketing, tendencias. Gestión de redes sociales y comunidades virtuales: el rol del Community Manager en la planificación corporativa. Cambios, nuevos enfoques y tendencias en digitalización, comunicaciones y marketing: Web 2.0 a 4.0, marketing 3.0 a 5.0, Industria 4.0 y Society 5.0. Comunicaciones virales y Buzz Marketig. Comunicaciones de interrupción y del permiso: Inbound y outbound. Medición y Data Analytics: la digitalización y el potencial de medición: control, Data Analytics, KPI. Gestión de la reputación on line e integración de herramientas de comunicación corporativa.

Módulo 7 - Responsabilidad Social Corporativa

Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Gestión Sustentable: alcance y objetivos. Análisis del contexto económico y social global. Principales iniciativas internacionales: Acuerdo de París, Agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible, Pacto Global y Principios WEPS. Impulsores para la gestión empresarial sustentable. Comunicación empresarial para el desarrollo sostenible: Marketing social, Marketing con causa, Programa de comunicación responsable. Reportes de sustentabilidad. Elementos y Etapas que conforman un Programa de RSC. Desarrollo de acciones de Comunicación interna y externa para un Programa de RSC. Criterios de evaluación.

Módulo 8 - Planificación Estratégica de la Comunicación Corporativa

Análisis de situación y diagnóstico de la comunicación corporativa. Prospectiva estratégica y su importancia en la toma de decisiones. Identificación de problemáticas de comunicación. Planificación estratégica de la comunicación. Determinación de públicos estratégicos. Establecimiento de objetivos generales y particulares. Tipologías de objetivos de comunicación. Desarrollo de campañas. Estrategias y tácticas. Elaboración de mensajes claves. Calendarización. Control y evaluación del plan de comunicación.

Curso de Posgrado en COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Cuerpo docente

DANIEL ESTEBAN

Profesor de Planeamiento de Escenarios en UADE Business School; de Derecho Diplomático y Consular, Estrategia y Negociación y Gestión de las Organizaciones en FAJU (UADE) y de Asuntos Públicos y Lobbying. A su vez, se desempeña como Director del MBA de UADE Business School.

Doctorado en Ciencia Política, Universidad del Salvador.

Licenciado en Ciencia Política, Universidad Católica de Córdoba.

Oficial del Estado Mayor del Ejército Argentino.

Realizó el Magister de Estrategia y Conducción en la Escuela de Estado Mayor de las Fuerzas Armadas de Alemania, Führungs Academie.

Se desempeña como Miembro del Instituto de Seguridad Internacional y Asuntos Estratégicos (CARI). Es autor de numerosos escritos sobre Política, Estrategia, Diplomacia e Historia. Su última investigación es sobre las carreras del futuro.

JUAN PABLO BALDOMAR

Doctorado en la Universidad de Buenos Aires. Complementa su formación académica diferentes estudios de posgrado como: Especialización en Docencia Universitaria para Ciencias Económicas, Especialización en Dirección y Gestión de Marketing y Estrategias Competitivas.

Es licenciado en Administración y Licenciado en Sistemas de Información de las Organizaciones.

Es directivo de empresa y asesor sobre los temas de su especialización en Innovación Abierta, E-business y Marketing Digital.

Es profesor universitario e investigador. Desempeña su actividad académica en diferentes universidades de Argentina y Latinoamérica. Ha disertado en congresos internacionales y brindado conferencias en diferentes países, como Colombia, Panamá, España y otros.

Es autor y co-autor de publicaciones académicas y profesionales vinculadas a sus temas de especialización en diferentes medios de alcance nacional e internacional. Cuenta con numerosas participaciones en artículos de divulgación profesional, papers académicos en revistas científicas de prestigio internacional y participaciones en libros editados por distintas editoriales en diferentes países, como PrenticeHall, editorial Norma y editorial EAN.

Curso de Posgrado en COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Cuerpo docente

CARINA MAS

Profesora de Planificación Estratégica en UADE Business School y en la Licenciatura de Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa, UADE.

Magister en Ciencia Política y Sociología, FLACSO.

Posgrado en China Contemporánea, UCA.

Posgrado en Opinión Pública y Medios de comunicación, FLACSO.

Licenciada en Relaciones Públicas, UADE.

Actualmente es consultora independiente, especializada en comunicación y asuntos públicos, brindando servicios a empresas nacionales, regionales, asociaciones civiles y organismos gubernamentales.

Anteriormente fue Asociada en la consultora internacional Burson Marsteller, Coordinadora de Comunicación en Latinoamérica para Armacell Iberia y Responsable de Comunicación en Banco BICE.

RICARDO PALMIERI

Impulsor de la consultora Redacción Palmieri

Speaker internacional.

Capacitador in company en organizaciones como Jumbo, Vea, Claro, MetLife, Galicia y otras.

Docente de posgrado en la UADE, Universidad de La Sabana -Colombia- y Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil -Ecuador-.

Autor de los e-books “Las 53 tácticas de redacción para las descripciones de productos en el e-commerce”, “18 trucos para responder con efectividad los mensajes de WhatsApp de potenciales clientes” y “Tácticas para generar contenido orgánico y publicitario en el contexto de la pandemia”.

Autor del longseller “En pocas palabras. Manual de redacción publicitaria para avisos gráficos y folletos”.

Integrante del Comité Consultivo de la Red Mundial de Comunicación Organizacional.

Capacitador voluntario en Inicia-Emprender para el futuro.

Magíster en Comunicación de la Universidad Austral y licenciado en Publicidad de la Universidad del Salvador.

Curso de Posgrado en COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Cuerpo docente

PATRICIA PINNEL

Docente de Comunicación y Relaciones con la Prensa en UADE Business School.

Doctora en Cs. Políticas. Licenciada en Administración de Empresas. Postgrado Harvard EBS. Alumni de Singularity University.

Gran Educador Continental – ORCODE Dr. Honoris Causa por Parlamento Cívico de la Humanidad. Actualmente es Director & Regional Partner of Penrhyn Voyer Executive Talent Searchers for Central America, Caribbean & Florida, en Miami, USA. Elegida la Profesional 2015 / 2016 USA por Who's Who. Elegida la Mujer Profesional 2014 / 2015 USA por APWA. Miembro del Advisory Board de Harvard Business Review. Premio Lanín de Oro. Premio Albert Nelson Marquis Lifetime Achievement Award por Trayectoria Excepcional, USA.

Fue incluida en el 4% de Ejecutivos Profesionales más destacados del Mundo, según Maquis Who's Who(USA) a partir de 2017. El expertise de Pinnel es Estrategia de Negocios, Marketing y Gestión de Talento.

Su trabajo como Consultor de Aon Consulting Identidad & Imagen implicó asesoramiento a Compañías Globales de la Fortune 500 en Argentina y Latino América.

LUCAS IGNACIO UTRERA

Profesor de Ética, Sustentabilidad y Negocios en UADE, UADE Business School, y otras casas de estudio.

Licenciado en Ciencia Política, Universidad Católica de Córdoba.

Magister en Administración y Políticas Públicas, Universidad de San Andrés.

Director Asociado de Sustentabilidad de SMS Latinoamérica. Ideación, implementación y evaluación de estrategias y acciones de sustentabilidad para organizaciones en América Latina.

Se inició en el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) para luego liderar gerencias de sustentabilidad de empresas multinacionales.

Ha publicado libros y artículos en la Argentina y en el exterior. En 2017 publicó el libro "Los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. Una agenda para que decidamos con sentido", editado por EDICON del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Su último libro es "Sustentabilidad para pymes. Decálogo para una pyme sustentable". Fueron 13.000 ejemplares distribuidos en todo el país con la Revista Clarín Pymes.

Curso de Posgrado en **COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae
- Presentar copia Título de grado.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

Condiciones de Evaluación y Certificación

Quienes cumplan con el 75% de asistencia al programa y hayan cumplimentado todas las materias, recibirán su certificado de Asistencia.

Quienes además aprueben un Trabajo Integrador Final, recibirán un certificado de Aprobación.

Valor y forma de pago del programa

Consultar a: posgrados@uade.edu.ar

Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior Nº 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11.





Admisiones de Posgrado

(54-11) 4000-7666

posgrados@uade.edu.ar

www.uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/



UADE Business School: Lima 775 (CABA)