



EDUCACIÓN  
EJECUTIVA

PROGRAMA ESPECIALIZADO  
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

# GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Duración: 9 meses (aproximadamente)



# DESARROLLA ESTRATEGIAS QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES ACTUALES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

---

El programa resalta el papel estratégico que la comunicación corporativa cumple hoy en el desarrollo de las organizaciones. En un entorno cada vez más cambiante e incierto, el estratega de comunicaciones asume un rol integrador; por eso, este programa integral, que conjuga el estudio teórico y la aplicación práctica, es ideal para profesionales de todas las especialidades que busquen una actualización académica, próxima a la casuística ideal y con énfasis en habilidades gerenciales. El programa les permitirá potenciar la comunicación a través de estrategias eficaces y poderosas para la consolidación de la identidad y la imagen organizacional.

## EL PROGRAMA

- 240 HORAS / 9 MESES APROX.
- PRESTIGIO ULIMA
- HORARIO EJECUTIVO
- CLASES VÍA ZOOM
- SEGUIMIENTO ACADÉMICO Y TUTORÍA
- ACCESO A LA BOLSA LABORAL ULIMA

## SOBRE EL PROGRAMA

### SERÁS CAPAZ DE GESTIONAR ESTRATÉGICAMENTE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN CUALQUIER TIPO DE ORGANIZACIÓN

- **Plan de estudios integral** que responde a las exigencias mundiales en la gestión comunicacional de las organizaciones.
- **Talleres experienciales** sobre gestión del cambio, finanzas para comunicadores y *future thinking*.
- **Realización de un proyecto integrador transversal a todos los cursos**, donde crearás un plan de comunicación corporativa de la empresa que los alumnos elijan. Este será asesorado por la coordinadora del programa.
- **Plana docente *practitioner***, reconocidos por su liderazgo en la generación de metodologías y modelos de la comunicación corporativa.
- **Conferencias internacionales, a cargo de líderes de opinión** en áreas específicas de la comunicación corporativa, para conocer de cerca la experiencia, logros y obstáculos de los casos de éxito más relevantes de la actualidad local e internacional.
- **Programa respaldado por la Facultad de Comunicación**, creada en 1972, pionera en el país y acreditada por el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC).
- **Acceso online a Ulima laboral**, donde se publican 18 000 vacantes al año y es utilizado por más de 7000 empresas asociadas para el reclutamiento de su personal.\*
- **Moderna infraestructura, herramientas tecnológicas, laboratorios debidamente equipados y espacios adecuados** que contribuyen a una óptima experiencia en el aprendizaje.
- **Networking ejecutivo** entre los participantes y los docentes que pertenecen a las principales empresas del país.

### TODAS NUESTRAS SESIONES SERÁN GRABADAS Y ESTARÁN DISPONIBLES DURANTE EL DESARROLLO DEL PROGRAMA

- Tendrás acceso a los recursos de información de nuestra biblioteca (una de las más modernas de Latinoamérica) en sus diferentes modalidades: electrónicos y audiovisuales.
- Seguimiento académico y tutoría por parte del coordinador y tutor. El coordinador monitorea a los docentes y está informado del rendimiento académico de los alumnos. El tutor, por su lado, vela por el cumplimiento de las actividades de evaluación y la asistencia de los alumnos; además, les brinda orientación acerca del uso del Aula Virtual Ulima y la Plataforma Zoom Ulima.

(\*) El acceso es válido hasta 30 días calendarios después de haber culminado el programa.





### TEAM BUILDING PRESENCIAL

Al inicio del programa, participarás de esta actividad presencial en la que se realizan dinámicas grupales y cuyo propósito es desarrollar vínculos en el grupo y *networking* que faciliten su desempeño durante el programa de especialización. Las horas de esta actividad no están consideradas dentro de las horas totales del plan de estudios.

### CONVALIDACIÓN

Convalida hasta seis créditos en la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima. Ello está sujeto al cumplimiento de los requisitos de admisión indicados por la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima<sup>1</sup> y a los de convalidación<sup>2</sup>.

### CERTIFICACIÓN

Los alumnos que hayan aprobado todos los cursos recibirán el Diploma de Especialización Avanzada en Gestión Estratégica de la Comunicación Corporativa otorgado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. También recibirán el certificado de estudios respectivo. Ambos documentos con firmas digitales tienen valor legal, de acuerdo a la Ley de Firmas y Certificados Digitales, Ley N.º 27269. El diploma incluye un código QR para comprobar su autenticidad. Luego de 45 días hábiles de culminado el programa, ambos documentos serán enviados al correo registrado al momento de su inscripción.

### DIRIGIDO A

Profesionales, ejecutivos y consultores de las áreas de comunicación interna y/o externa, *marketing*, publicidad, periodismo, sostenibilidad y recursos humanos, quienes deseen liderar exitosamente áreas de comunicación corporativa.

(<sup>1</sup>) Entrar al siguiente enlace: [www.ulima.edu.pe/posgrado/maestrias/mcgc](http://www.ulima.edu.pe/posgrado/maestrias/mcgc)

(<sup>2</sup>) Haber obtenido 14 como nota mínima en los cursos a convalidar. Asimismo, el plazo de convalidación es hasta 2 años luego de haber culminado el programa de especialización.



El programa está estructurado en tres módulos, comprende ocho cursos y dos talleres, con un total de 240 horas.

TEAM BUILDING <sup>1</sup>			
MÓDULO I	MÓDULO II	MÓDULO III	
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA [18 horas sincrónicas]      [6 horas asincrónicas]	IMAGEN Y REPUTACIÓN CORPORATIVA <sup>2</sup> (2 créditos) [32 horas sincrónicas]	COMUNICACIÓN DIGITAL [24 horas sincrónicas]	
COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA <sup>2</sup> (2 créditos) [32 horas sincrónicas]	VOCERÍA Y RELACIONAMIENTO CON MEDIOS <sup>2</sup> (2 créditos) [32 horas sincrónicas]	COMUNICACIONES DE MARKETING [24 horas sincrónicas]	
TALLER GESTIÓN DEL CAMBIO [8 horas sincrónicas]	FINANZAS PARA COMUNICADORES [15 horas sincrónicas]      [1 horas asincrónicas]	TALLER FUTURE THINKING [8 horas sincrónicas]	
DESARROLLO DE PROYECTO INTEGRADOR		[12 horas sincrónicas]	[28 horas asincrónicas]
DURACIÓN: 9 MESES APROXIMADAMENTE		TOTAL HORAS SINCRÓNICAS: 205	TOTAL HORAS ASINCRÓNICAS: 35
TOTAL: 240 horas			

**Sincrónico:** sesiones en tiempo real en modalidad virtual dirigidas por el docente, según el horario establecido. **Asincrónico:** horas de estudio autónomo.

(<sup>1</sup>) Team building es una actividad presencial en la que se realizan dinámicas grupales cuyo propósito es desarrollar vínculos en el grupo y *networking* que faciliten su desempeño durante el programa de especialización.

(<sup>2</sup>) Estas asignaturas pueden convalidar la cantidad de créditos que se indica en el cuadro anterior, **siempre y cuando el participante cumpla con los requisitos de admisión de la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima.**



## MÓDULO I

### PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La asignatura teórico-práctica desarrolla el proceso metodológico para el diseño de un plan estratégico de comunicación corporativa que responda a la realidad organizacional y a sus retos y desafíos a corto, mediano y largo plazo. De esta manera, los participantes logran gestionar con éxito los procesos comunicacionales involucrados en las interacciones permanentes con todas las audiencias de interés o *stakeholders*.

### COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA

La asignatura centra su atención en la comunicación interna, entendida como eje fundamental para la construcción de una cultura organizacional coherente y sostenible en el tiempo. Se presentarán conceptos temáticos y, a través de casos prácticos, se reflexionará sobre la importancia de informar, vincular e integrar a los colaboradores con las metas estratégicas de la organización para la consolidación cultural.

### TALLER GESTIÓN DEL CAMBIO

El taller tiene como objetivo que los participantes identifiquen las claves para hacer frente a la gestión del cambio dentro de las organizaciones. Se conocerán las herramientas para vencer las posibles resistencias al cambio y facilitar el proceso de adaptación e implementación de nuevas prácticas en la empresa.

### DESARROLLO DE PROYECTO INTEGRADOR

Durante el programa, se planteará el desarrollo de un plan o proyecto de comunicación, con el objetivo de aplicar los conocimientos y las herramientas que se presentan en los cursos, el mismo que debe ser propuesto con base en una investigación real y un planteamiento viable. El enfoque de la asignatura es 100 % práctico y cubre todos los elementos clave para el diseño y desarrollo de la asignación. Incluye sesiones de asesoría para revisar, validar y ajustar los avances.

## MÓDULO II

### IMAGEN Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

La asignatura se fundamenta en la responsabilidad que asume el comunicador corporativo en la gestión eficiente de la imagen, que se define por la percepción que los *stakeholders* construyen acerca de la organización. La administración estratégica de la imagen corporativa permite que se construya una reputación favorable. Hoy en día, la reputación es el principal valor intangible para las organizaciones. En ese sentido, se desarrollarán contenidos relacionados con el rol de ciudadano corporativo que asumen las organizaciones en el contexto actual.

### VOCERÍA Y RELACIONAMIENTO CON MEDIOS

La asignatura tiene como objetivo lograr que los participantes afronten con solvencia cualquier circunstancia frente a los medios de comunicación, especialmente aquella que signifique un momento crítico para la organización. Se ahondará en el rol del vocero, específicamente se trabajará el manejo de entrevistas de manera adecuada, las formas de responder a diversos tipos de preguntas y otras claves de relacionamiento. Esta asignatura, eminentemente práctica, desarrollará las técnicas para diseñar de manera eficiente los mensajes que se deben transmitir a los medios de comunicación.

### FINANZAS PARA COMUNICADORES

Este curso es de naturaleza teórico-práctica. Su propósito es lograr que el alumno reconozca, de manera integral, la dinámica de algunos indicadores financieros; de tal manera que cuenten con la información y las herramientas necesarias para la toma de decisiones. El curso empieza con la introducción a los estados financieros para ahondar en el lenguaje y la terminología de la administración financiera. Luego, se presentan los indicadores más importantes, junto con el análisis de las principales decisiones financieras que se toman con base en estos, y, finalmente, el presupuesto con los pasos clave para su elaboración.

## MÓDULO III

### COMUNICACIÓN DIGITAL

La asignatura tiene como objetivo proporcionar los elementos necesarios para la gestión y el monitoreo eficiente de la comunicación digital en los espacios de interacción social más comunes. Se ahonda en la gestión y medición de la comunicación interactiva, dotando a los participantes de herramientas y conocimientos relacionados con el posicionamiento web, SEO, SEM, Analytica, así como en la elaboración de indicadores y métricas para las redes sociales más recurrentes y emergentes según los objetivos corporativos.

### COMUNICACIONES DE MARKETING

La asignatura tiene por objetivo presentar las herramientas para desarrollar un programa integrado de comunicación de *marketing*, con el fin de promocionar el producto o servicio ofrecido al mercado de manera efectiva y generar relaciones a largo plazo con el cliente. De esta manera, se integrarán estrategias y enfoques novedosos de alto impacto que respondan a las necesidades explícitas y tácitas del cliente. Asimismo, se orientará la integración de los dos campos, comunicación y *marketing*, con la finalidad de generar sinergias que aporten a la credibilidad y confianza social del mercado en la organización.

### TALLER FUTURE THINKING

El taller proporciona herramientas que permiten identificar tendencias mediante la recopilación, selección y organización de información. Asimismo, se desarrollarán técnicas de *storytelling*, pensamiento visual, creación de prototipos y diseño de estrategias de comunicación.



## ¿POR QUÉ LA UNIVERSIDAD DE LIMA?



La garantía educativa de la **Universidad de Lima**

**+ 60 AÑOS**

de prestigio y reconocimiento formando líderes que transforman y mejoran el país.

**+ 130**

convenios internacionales para crecer en entornos globales y expandir tu red de contactos.

**+ 50 000**

egresados trabajan en las principales empresas e instituciones del país.

**95 %**

de egresados trabajan antes de cumplir un año de egreso y están entre los mejor remunerados a nivel nacional.

Acceso a **Ulima Laboral**

Son publicadas

**18 000**

vacantes al año

Utilizada por

**+ 7000**

empresas de primer nivel para reclutar personal.

La garantía de nuestra **Educación Ejecutiva**

**+ 25 AÑOS**

de experiencia especializando a profesionales.

**+ 3000**

empresas del sector público y privado han confiado en nosotros

**91 %**

nivel de satisfacción de nuestros egresados

**ZOOM**

Plataforma líder en comunicaciones de video, de calidad internacional para la educación *online*, confiable para reuniones de video y audio, chat y seminarios *web*

**ALIANZAS ESTRATÉGICAS  
CON RECONOCIDAS INSTITUCIONES**



### TESTIMONIO

“Este programa me ha dado una visión integral y estratégica de la gestión de comunicación corporativa. Hoy lidero un área donde tenemos a cargo las acciones de comunicación interna, externa, relaciones públicas, entre otras. Las herramientas que me compartieron en el programa me han permitido optimizar mi gestión y centralizar las comunicaciones de mi organización en un mismo lenguaje, apuntando hacia el logro de nuestro propósito y generando valor para la empresa”.



**Brenda Gutierrez Dávila**

Gerente de Comunicaciones en Laboratorios Bagó del Perú S. A. Egresada del programa



UNIVERSIDAD  
DE LIMA

INFORMES E INSCRIPCIONES

(01) 437 6767 Anexo 30159  
educacionejecutiva@ulima.edu.pe

[www.educacion-ejecutiva.ulima.edu.pe](http://www.educacion-ejecutiva.ulima.edu.pe)