

Especialización

Comunicación Empresarial y Reputación en Línea

¿Quieres más
información?



Con la colaboración de:



El Col·legi del Màrqueting
i la Comunicació de Catalunya
Col·legi del Màrqueting, la Comunicació,
la Publicitat i les Relacions Públiques de Catalunya



Comunicación Empresarial y Reputación en Línea

¿Quieres conocer las estrategias de comunicación digital en las redes sociales y evaluar la reputación en línea de tu organización?

La gestión estratégica de la comunicación es, actualmente, una función directiva clave para cualquier tipo de organización. Empresas e instituciones se comunican diariamente con sus públicos (internos y externos), lo cual representa una oportunidad que se puede convertir en un riesgo en caso de no disponer de una estrategia de comunicación corporativa que alinee los valores de la organización con sus mensajes y acciones.

A lo largo del programa podrás conocer estrategias de comunicación digitales en diferentes redes y analizar el impacto que internet y la web 3.0, en general, y los medios sociales, en particular, han provocado en la comunicación corporativa e institucional. Esta especialización también te permitirá evaluar la reputación en línea de una empresa o institución.

Objetivos

- Conocer y comprender el concepto de *comunicación corporativa*.
- Conocer y valorar la evolución histórica de la disciplina y su incidencia en la práctica actual.
- Facilitar al estudiante los conocimientos básicos para diseñar y evaluar estratégicamente un plan de comunicación corporativa y relaciones institucionales, además de adquirir las competencias para su aplicación práctica.
- Conocer las implicaciones éticas esenciales para el correcto desarrollo de la disciplina.
- Entender las nuevas técnicas y estrategias de la comunicación.
- Comprender y saber aplicar estrategias de comunicación en los nuevos medios.
- Ser capaz de realizar evaluaciones de reputación en línea.

Requisitos académicos de acceso

Para cursar un posgrado propio no es necesario tener una titulación oficial universitaria.

Los estudiantes que acreditéis una titulación universitaria oficial reconocida recibiréis, según el curso superado, un diploma de máster/diploma de posgrado.

Los estudiantes que no acreditéis una titulación universitaria oficial reconocida recibiréis un diploma de extensión universitaria.

Los estudiantes que superéis una especialización (certificado de especialización) recibiréis, independientemente de los estudios previos, un certificado de especialización.

Competencias

- Adquirir la capacidad para tomar decisiones desde un enfoque estratégico a partir de los resultados de una investigación rigurosa.
- Saber adaptar el mensaje comunicativo a las especificidades del sector en el cual opera la organización, identificando los *stakeholders* y mediante los diferentes canales de comunicación, tanto tradicionales como emergentes.
- Conocer y aplicar las capacidades directivas que permitan planificar, liderar, implementar y evaluar planes de comunicación corporativa.
- Dominar la metodología de investigación rigurosa de la manera en que se producen las relaciones con los *stakeholders* en el entorno digital para aplicar nuevas tendencias de comunicación en medios sociales y diseñar propuestas innovadoras.
- Aplicar sistemas de evaluación de la reputación (*offline* y *online*) de empresas e instituciones, detectando posibles conflictos potenciales (*issues management*) para elaborar, dirigir y gestionar planes de comunicación de crisis

A quién va dirigido

Graduados o profesionales de la comunicación, las relaciones públicas y la empresa que deseen actualizar sus conocimientos en comunicación corporativa e institucional, y también en reputación en línea.

Salidas profesionales

- **Responsable de comunicación corporativa en empresas o instituciones:** desde una visión holística de la comunicación, responsable de coordinar la comunicación corporativa e institucional y la comunicación interna.
- **Director de relaciones públicas:** profesional que se encarga de establecer y mantener relaciones entre una empresa o institución y sus públicos objetivo (*stakeholders*).
- **Responsable de comunicación interna:** responsable de fomentar la comunicación con los empleados y el diálogo entre todas las áreas de la organización.
- **Gestor de comunidades:** profesional responsable de la gestión de la presencia de la organización en las redes sociales.
- **Auditor de comunicación:** profesional responsable de determinar si la organización está comunicando eficazmente su identidad y estrategia.
- **Asesor de comunicación:** profesional que asesora empresas sobre cómo desarrollar la estrategia de comunicación corporativa.

Dirección académica

Dra. Elisenda Estanyol

Profesora de la UOC. Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la UAB. Máster de Comunicación Empresarial (UPF). Ha trabajado en LLYC y H+K Strategies. También ha sido responsable de relaciones institucionales y eventos en diversas empresas e instituciones.

Programa académico

Créditos ECTS

Comunicación corporativa y relaciones institucionales 5

La comunicación corporativa y las relaciones públicas: concepto y estado actual
 Historia y evolución de las relaciones públicas
 La ética como valor esencial de la comunicación
 El proceso estratégico de las relaciones públicas: la investigación, la planificación, la ejecución y la evaluación
 Técnicas de relaciones públicas
 Relaciones institucionales y lobbismo
 La responsabilidad social corporativa
 Comunicación en sectores específicos: la necesidad de especialización.

Comunicación digital y reputación online 5

Reputación digital

- ¿Qué es la reputación y por qué me interesa como directivo?
- Como gestionar la reputación
- Gestión de la crisis de reputación en internet
- Redes sociales de uso empresarial
- Blogs
- Twitter
- YouTube y Vine
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Nuevas tendencias

Casos prácticos reales

Nuevas tendencias en comunicación digital

Con la colaboración de:



El Col·legi del Màrqueting
 i la Comunicació de Catalunya
 Col·legi del Màrqueting, la Comunicació,
 la Publicitat i les Relacions Públiques de Catalunya



FORMAR TRANS- FORMAR

Más de 25 años de experiencia en *e-learning*

La UOC nació en 1995 como la primera **universidad online del mundo**, con la voluntad de utilizar la tecnología para abrir el acceso a la enseñanza universitaria de calidad a todas las personas. Más de 25 años después, seguimos comprometidos con la transformación digital de la educación.

87.500 estudiantes

95.000 graduados y graduadas

544 profesores propios y personal investigador

6.500 personas del equipo docente colaborador y de función tutorial

141 países donde viven los estudiantes

En la web encontrarás el apartado Precios y descuentos, donde se detallan los precios, descuentos y facilidades de pago:

- Precios y facilidades de pago
- Becas y ayudas
- Pago fraccionado
- Condiciones especiales para empresas
- Apoyo al deportista de competición
- Matrícula corporativa



Times Higher Education World University Rankings

Iberoamérica. 1a. universidad en línea.

Global. Top 175 entre las universidades más jóvenes del mundo.

España. 1a. universidad en línea de menos de 50 años.



Universitat Oberta
de Catalunya

Consulta la oferta
formativa de la UOC
estudios.uoc.edu

