



Programa Executive en  
Comunicación Estratégica Corporativa



# Programa Executive en Comunicación Estratégica Corporativa

## Índice

- **Presentación** \_\_\_\_\_ pág. 3
- **Director del programa** \_\_\_\_\_ pág. 7
- **Claustro** \_\_\_\_\_ pág. 7
- **Programa** \_\_\_\_\_ pág. 9
  - » **Módulo 1:** La comunicación corporativa en la estrategia empresarial y el plan de negocio
  - » **Módulo 2:** Plan de comunicación corporativa multicanal
  - » **Módulo 3:** Mapa de herramientas para comunicación corporativa
  - » **Módulo 4:** Tecnología aplicada a la comunicación
  - » **Módulo 5:** Comunicación interna
  - » **Módulo 6:** Retos y oportunidades de la comunicación en el futuro
  - » **Módulo 7:** Proyecto Final

# Presentación

La **Comunicación Corporativa** está inmersa en un **proceso de cambio que le ha llevado a ocupar posiciones estratégicas**. No es casualidad: **el usuario está en el centro de la estrategia** y la comunicación es la función **clave para conversar con él**.

La pandemia, además, ha colocado la función de comunicación en el centro de todas las decisiones. Pero esta **posición dependerá de lo que haga en el medio plazo**.

**“En un entorno cada vez más volátil, incierto, competitivo y complejo, la Comunicación Corporativa es crítica”**

La estrategia customer centricity plantea **nuevos retos a la Comunicación Corporativa**:

- La necesidad de **enfocarse en el usuario y stakeholders**, ponerles en el centro y **emocionarles** para captar su **atención** y estar un su **“top of mind”**
- La **sostenibilidad y responsabilidad social** como herramientas para generar **engagement**
- El **corporate telling** para promover el **sentimiento de pertenencia** tanto de **trabajadores como clientes**

**“Las tecnologías han transformado el modo de interacción con las marcas”**

Usuarios hiperconectados se relacionan **por cualquier canal**, surgiendo:

- **Nuevas formas de comunicarse**, inmediatas y breves, donde **RRSS, aplicaciones de mensajería y soportes audiovisuales** toman el protagonismo
- La **preocupación** por el **exceso de información**, la **desinformación** y las **fake news**.

Cada día un usuario puede recibir hasta 5.000

mensajes y más del 95% no le impacta

Ante esta realidad:

- ¿Cómo mantener su posición estratégica en el largo plazo?
- ¿Cómo conseguir esa conversación directa y ser el primero en la mente del usuario?
- ¿Cómo convencer de la veracidad de su información y conseguir la confianza del usuario?

El **Programa Avanzado en Comunicación Estratégica Corporativa** pretende ser una **respuesta** a lo que las **organizaciones actuales van a necesitar en los próximos años**.

## Objetivos

- Aprender a **diseñar las estrategias que posicionan** a la Comunicación Corporativa a nivel de dirección y negocio: **propósito, relación con stakeholders, marca y reputación**, gestión del **cambio** y gestión de crisis
- Saber cómo **construir un plan de comunicación** que combine lo digital con lo analógico en todos los **canales**, para todos los **públicos**, adaptando los **contenidos** y estableciendo **métricas** de control
- Dominar el **mapa de herramientas que necesitarás para demostrar el valor estratégico de la comunicación**: técnicas de **posicionamiento**, de **transmisión y generación de contenidos**, y de **análisis de resultados**
- Averiguar cómo aplicar la **tecnología de BI e Inteligencia Artificial** para comunicarte con cada usuario: **páginas corporativas, tecnologías conversacionales y asistentes virtuales**
- Identificar las acciones **clave** del plan de **Comunicación Interna** para asegurar que los **mensajes** lleguen a **todos los empleados** y circulan **en todas las direcciones**

# Por qué UNIR recomienda este programa

El Programa Executive en **Comunicación Estratégica Corporativa** te proporciona **todas las herramientas para posicionar a la comunicación a nivel de dirección y negocio.**

- Por su papel en el diálogo de la empresa con todos los públicos, la Comunicación Corporativa es crítica en la estrategia corporativa. Pero para **ocupar niveles de dirección y negocio**, debe de poner en marcha un conjunto de **acciones y estrategias** que demuestren su valor. **Aprenderás cómo desarrollar** la función **para conseguirlo**
- En un contexto donde **usuarios y clientes se relacionan con las marcas por cualquier canal**, las estrategias **digital y offline se mezclan** para responder a sus deseos y necesidades. Obtendrás las claves para diseñar un **plan multicanal**
- Incluir a la comunicación como el **primer paso en la relación con el cliente** ha sido crítico en la **aportación de valor** a la empresa. Te enseñaremos las **herramientas y técnicas actuales para conseguirlo**
- El uso de plataformas tecnológicas permite generar conversaciones punto a punto sin intermediarios y saber qué está ocurriendo en nuestra relación con los diferentes usuarios. Analizarás **como aplicar Business Intelligence e Inteligencia Artificial**
- La **Comunicación Interna** está demostrando ser una de las grandes herramientas para **afrentar la gestión de los empleados ante una crisis**. Averiguarás qué acciones diseñar un plan para gestionarlas con éxito
- Escucharás **Business Cases** sobre **sectores, modelos de negocio y experiencias innovadoras** que te ayudarán a obtener una visión de cómo están **evolucionando** las **estrategias** de Comunicación Corporativa



## Datos Clave

**5 MESES / 18 ECTS**

### **CLASES ONLINE EN DIRECTO**

- Donde podrás interactuar con el profesor y los alumnos. Y, si no puedes asistir en directo, puedes verla en diferido siempre que quieras

### **IMPARTIDO POR PONENTES PROFESIONALES DE EMPRESAS LÍDERES**

#### **DIRIGIDO A**

- Profesionales de Comunicación Corporativa
- Profesionales de departamentos de Comunicación Interna, RR.HH., Marketing, Relaciones Institucionales, Relaciones con los medios, Gabinetes de prensa
- Profesionales de Consultoras de Comunicación y Marketing



### FLEXTIME

Nos adaptamos a tu disponibilidad horaria permitiéndote acceder y participar en directo a las sesiones online, a los foros de discusión, así como a los materiales complementarios. Sin barreras geográficas, en cualquier momento y en cualquier lugar.



### PROFESSIONAL SPEAKERS

Todos nuestros ponentes son profesionales de empresas líderes, que imparten sus sesiones en base a su propia experiencia, lo que aporta una visión real del mercado.



### NETWORKING INTERNACIONAL

Podrás conocer al resto de participantes de España y Latinoamérica con los que te pondremos en contacto de forma presencial y/o virtual a lo largo del curso.



### LEARNING BY DOING

Aplicarás todos los conocimientos gracias al aprendizaje adquirido en sesiones prácticas. Trabajarás en grupos dirigidos por especialistas, donde podrás fomentar el Networking e intercambiar experiencias.



### SESIONES ONLINE EN DIRECTO

Podrás seguir e intervenir en las sesiones estés donde estés, sin necesidad de desplazamientos. Y si por algún motivo no pudieras asistir, podrás ver el material grabado en cualquier momento.



### MENTORING CONSTANTE Y PERSONALIZADO

Desde el primer día se te asignará un tutor que te acompañará y apoyará en todo momento, resolviendo todas las dudas que te puedan surgir y tratando de potenciar tus habilidades para tu desarrollo.

## Por qué elegirnos

Porque ponemos a tu disposición todo lo que necesitas para mejorar tu carrera profesional, **sin necesidad de desplazarte**, tan solo requieres de conexión a internet y un dispositivo (PC, Tablet o incluso un Móvil) para seguir el programa.

Porque con nuestro modelo pedagógico, pionero en el mercado, participarás en **clases online en directo impartidas por los mejores profesionales** de cualquier parte del mundo. Además, podrás verlas

en **cualquier momento y desde cualquier lugar**, ideal para compatibilizarlo con tu agenda personal y profesional.

Porque fomentamos el **NETWORKING**, clave en tu desarrollo profesional, poniéndote en contacto con ponentes y participantes de alto nivel, con los que compartirás trabajo y experiencias a través de la plataforma.

## Un nuevo concepto de Universidad online

La Universidad Internacional de La Rioja, universidad con docencia 100% online, se ha consolidado como solución educativa adaptada a los nuevos tiempos y a la sociedad actual. El **innovador modelo pedagógico de UNIR** ha conseguido crear un nuevo concepto de universidad en el que se integran aspectos tecnológicos de última generación al servicio de una enseñanza cercana y de calidad. La **metodología 100% online** permite a los alumnos estudiar estén donde estén, interactuando, relacionándose y compartiendo experiencias con sus compañeros y profesores. Actualmente UNIR cuenta con:

- Más de **41.000 alumnos**
- Más de **10.000 alumnos internacionales**
- Presencia en **90 países de los 5 continentes**
- Más de **130 títulos de Grado y Postgrado**
- Más de **4.000 convenios de colaboración** firmados para dar cobertura de prácticas a nuestros estudiantes
- Además UNIR es una **universidad responsable con la cultura, la economía y la sociedad**. Este compromiso se materializa a través de la Fundación UNIR



Licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid y PDD, Estrategia Corporativa y Liderazgo en ESIC. Actualmente es la responsable de Comunicación Digital y Media de Mutua Madrileña, desarrollando proyectos digitales.

**Lara Falcón**

Directora del programa

## Claustro



**Goretti Hidalgo Zan**

Más de 10 años en dirección de Comunicación Corporativa, en empresas como Banco Santander y Grupo Zurich. Fue periodista en El Mundo, El Norte de Castilla y elEconomista. Actualmente Gerente de Comunicación Corporativa en la biofarmacéutica Chiesi.



**José Manuel Paredes**

Desde hace 18 en el Sector de la Comunicación, en empresas como Llorente & Cuenca, PwC, SENER, CBRE y, actualmente, en BCW. Licenciado en ciencias de la información y MBA por el IE Business School. Es, además, escritor de cuentos infantiles.



**Diego Pernas Cabo**

Licenciado en Comunicación audiovisual, su carrera profesional ha estado vinculada a la comunicación corporativa y la estrategia online. Actualmente es el responsable de Comunicación de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios -AEMPS.



**Javier González Gallego**

Periodista licenciado en la Universidad de Navarra. 11 años en El Mundo, parte como corresponsal en Bruselas. Tras ocupar distintas responsabilidades de comunicación en KPMG y Bankia, desde 2018 es director de comunicación en Banco Santander.



**Mercedes Asorey**

Socia de BlackSwan. Fue directora de comunicación y marketing de Gómez-Acebo & Pombo y de DLA Piper y Uría Menéndez. Anteriormente trabajó en medios de comunicación como el diario Expansión. Es Licenciada en Derecho y PDD por IESE.



**Paco Torres**

20 años de experiencia, en Comunicación Corporativa y medios, ha dirigido proyectos para BBVA, Bankia, CaixaBank, Orange, el CSD o ADIF. Fue Responsable Global de Contenidos de Cosentino y Director de Comunicación de Grupo Secuoya.



**Emma Albaladejo Poyatos**

Comenzó su carrera en medios de comunicación. Fue CEO en DOCOR Comunicación, Directora de Comunicación, Marketing y RC de Indra y fundó la Agencia de Comunicación Acemto. Actualmente es Responsable de Comunicación, Marketing y RC en Sopra Steria.



**Carlos Pérez M.**

Periodista. Quince años en medios de comunicación online, en medios como Marca, RACE.net, Terra, El País y ABC. Desde hace 7 años en BBVA. Primero en el Centro de Innovación BBVA y actualmente en el área de proyectos de Comunicación de BBVA.

# Programa

## MÓDULO 1

### La comunicación corporativa en la estrategia empresarial y el plan de negocio

- Definición del propósito corporativo como primer paso en la construcción de la estrategia de Comunicación Corporativa
- Relaciones con stakeholders externos, internos y grupos de interés
- Construcción y gestión de la reputación de marca. Parámetros y factores para preservarla
- Sinergias y fronteras con otras áreas corporativas
- Transparencia, RSC y Sostenibilidad
- Construcción del propósito y la aportación de valor
- Gestión del cambio. Adaptación a entornos VUCA

**Goretti Hidalgo Zan**

*Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales*  
FORETICA

#### BUSINESS CASE

### Prevención de Riesgos Reputacionales y Gestión de Crisis

- » Plan de Crisis
- » La gestión en el COVID-19

**Luis Serrano**

*Director General*

SEÑOR LOBO & FRIENDS

## MÓDULO 2

### Plan de comunicación corporativa multicanal

- Conceptos y elementos a tener en cuenta previo al diseño del Plan de Comunicación
- Diseño de la estrategia y el plan multicanal. Acciones a corto, medio y largo plazo
- Estructura general de la comunicación digital
  - » Social media plan
  - » Web y blog. SEO y SEM
  - » Newsletter
- Gestión de canales offline y relaciones con los medios
- Gestión de la relación con los diferentes públicos
- Planificación estratégica de contenidos. Adecuación canal-contenido. Estrategia de contenidos
- Desarrollo de clientes: CRM
- Métricas para control, seguimiento y resultado

**Lara Falcón Abalo**

*Responsable de Comunicación Digital y Media*  
Mutua Madrileña

#### BUSINESS CASE

### Cómo utilizar la comunicación para acercar a un organismo científico-técnico a la ciudadanía

**Diego Pernas Cabo**

*Director de Comunicación*

AGENCIA ESPAÑOLA DEL MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS  
SANITARIOS - AEMPS

## BUSINESS CASE

# Comunicación Corporativa en entornos B2B y Servicios Profesionales

**Mercedes Asorey**

*Socia*

BLACKSWAN

## MÓDULO 3

# Mapa de herramientas para comunicación corporativa

- Herramientas para trabajar el posicionamiento
  - » Estrategias de Branding: cómo mejorar el posicionamiento de la marca
  - » Publicidad digital y SEM
  - » Técnicas SEO para comunicación
  - » Marketing de contenidos
  - » Inbound & Outbound Marketing

**José Manuel Paredes**

*Senior Advisor*

BCW España

- Transmisión de contenidos
  - » Dinamización de plataformas
  - » Gestión de Redes Sociales
  - » Reputación y comunicación online. Gestión de la desinformación y fake news
  - » Relaciones con los medios e influencers
  - » Nuevas narrativas frente a la comunicación tradicional: el caso de Banco Santander

**Javier González Gallego**

*Director de comunicación*

BANCO SANTANDER

- Generación de contenidos para conseguir que las comunicaciones con el usuario tengan impacto
  - » Creación de contenidos transmedia: vídeos, infografías, importancia del relato, canales y contenidos

- » Herramientas gratuitas para la autocreación de contenidos multimedia
- » Nuevas narrativas y formatos
- » Técnicas de redacción en entornos complejos y fragmentados
- » Estrategias de cocreación: cuando el usuario cocrea y participa en las conversaciones corporativas, cómo construir relatos con el cliente
- » Branded content

**Paco Torres**

*Director de Comunicación*

Covirán

- Herramientas analíticas para investigación de mercados y análisis de resultados
  - » Análisis de perfiles/buyer persona receptores de las acciones de Comunicación Corporativa
  - » Análisis de presencia en medios de comunicación y redes sociales
  - » Medición de audiencias. Cómo identificar a quién y cómo llego
  - » Monitorización de campañas, métricas de resultados y análisis de datos

**José Manuel Paredes**

*Senior Advisor*

BCW España

## BUSINESS CASE

# Estrategia de Comunicación en Entornos Complejos

**Ignacio Jiménez Soler**

*Director General de Comunicación*

ENDESA

## MÓDULO 4

### Tecnología aplicada a la comunicación

- BI aplicado a Comunicación Corporativa. Cómo explotar los datos para detectar qué, cómo y cuándo comunicarnos con cada uno de los usuarios. Inteligencia de negocio
- Cómo explotar los datos para detectar qué, cómo y cuándo comunicarnos con cada uno de los usuarios. Inteligencia de negocio
- IA aplicada a Comunicación Corporativa. Cómo comunicarte con cada usuario a través de la gestión inteligente de los datos
  - » Nuevas páginas corporativas: estrategia de creación, seguimiento y aplicación de nuevas tecnologías
  - » Tecnologías conversacionales: Bots, Chatbots, Voicebots, Webinars y Podcast. Funcionamiento y aplicaciones
  - » Asistentes virtuales
- Cómo comunicarte con cada usuario a través de la gestión inteligente de los datos

#### **Carlos Pérez Martínez**

*Project Manager online*  
BBVA

## MÓDULO 5

### Comunicación Interna

- Diagnóstico y análisis del estado de la Comunicación Interna. Variables que analizar para definir como son los procesos de comunicación en la compañía
- Plan de Comunicación Interna. Identificación de las acciones claves a definir
  - » Análisis de los distintos perfiles a los que nos dirigimos
  - » Selección de objetivos
  - » Identificación de los mensajes clave a transmitir
  - » Identificación de los canales de los que disponemos, o si debemos crear canales específicos
  - » Identificación de las acciones claves a definir
- Employer branding y branding interno
- Definición de Digital workplace
- Employee advocacy: cómo promover entre los empleados tu valor de marca
- Cómo transformar la crisis en oportunidad para impulsar la Comunicación Interna. El caso práctico de Sopra Steria frente al Covid-19

#### **Emma Albaladejo Poyatos**

*Responsable de Comunicación, Marketing y RC*  
SOPRA STERIA

## MÓDULO 6

### Retos y oportunidades de la comunicación en el futuro

- Gestión de la comunicación de crisis
- Portavocías
- Nuevas tendencias en la comunicación interna

**Mercedes Asorey**

*Socia*

Black Swan

## MÓDULO 7

### Proyecto Final

- Se tendrá que resolver un reto corporativo de una marca real. Se pondrán en práctica los conocimientos aprendidos durante el máster.

**Laura Falcón**

*Responsable de Comunicación Digital y Media*

Mutua Madrileña



# UNIR, mucho más que una universidad

- Headhunting Club
- Viveros online de Empleo
- Inside the company
- Feria Virtual de Empleo
- Programa Shadowing
- Prácticas de Excelencia

## CONVIÉRTETE EN EL PROFESIONAL QUE LAS EMPRESAS NECESITAN

A través de nuestro **Dpto. de Salidas Profesionales y Empleabilidad**, podrás encontrar multitud de oportunidades, programas de apoyo y contacto con las mejores empresas de tu sector. Estas empresas ya forman parte de nuestra Red de Partners UNIR y te están buscando.



Más información - 941 209 743  
empleoypracticas.unir.net | info@unir.net



**RECTORADO LOGROÑO**

Avenida de la Paz, 137  
26006. La Rioja  
España  
+34 941 210 211

**DELEGACIÓN MADRID**

Calle de García Martín, 21  
28224. Pozuelo de Alarcón  
España  
+34 915 674 391

**DELEGACIÓN BOGOTÁ**

Calle 100 # 19-61. Edificio Centro  
Empresarial 100. Oficina 801. 11001  
Colombia  
+571 5169659

**DELEGACIÓN CD. DE MÉXICO**

Avenida Universidad 472,  
Narvarte Poniente. 03600  
México  
+52 (55) 3683 3800

**DELEGACIÓN QUITO**

Avenida República E7-123 y Martín  
Carrión (esquina). Edificio Pucará  
Ecuador  
(+593) 3931480

**DELEGACIÓN LIMA**

José Gabriel Chariarse, 415  
San Antonio. Miraflores  
Perú  
(01) 496 – 8095

[unir.net](http://unir.net) | +34 941 209 743

