



**UNIBE**

EDUCACIÓN  
CONTINUA



**Diplomado**

# Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas



**Modalidad: Semipresencial**



**Duración: 60 horas**

La **Universidad Iberoamericana (UNIBE)**, a través de su Departamento de Educación Continua, ofrece un amplio portafolio de programas orientados a la actualización y especialización de profesionales en diversas áreas del conocimiento. Desarrolla propuestas académicas innovadoras, alineadas con la demanda del mercado laboral nacional y global, enfocadas en el fortalecimiento de competencias para el desarrollo profesional y personal que promuevan la empleabilidad.

Ofrecemos un Aprendizaje a lo Largo de la Vida, con programas Ejecutivos y de Actualización, Salud, formación Preuniversitaria, Capacitaciones Corporativas diseñados a la medida, Microcredenciales Universitarias, Soft Skills Academy y cursos para Adultos Mayores. La integración de metodologías activas, docentes expertos y el uso de ecosistemas de aprendizaje, garantiza una experiencia formativa práctica y transformadora.



## Principales Líneas Temáticas



## Ejes Clave

# Diplomado Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas



Cultura  
organizacional



Fundamentos  
estratégicos de la  
comunicación



Gestión de la  
reputación



Vínculo con  
medios



Eventos  
corporativos



Plan de  
RR. PP.

## Descripción

El Diplomado en Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas ofrece una formación integral orientada a comprender la comunicación corporativa como una herramienta estratégica de gestión. El programa aborda la evolución y aplicaciones de la comunicación en las organizaciones, el impacto de la cultura organizacional y la comunicación interna en el fortalecimiento de la identidad institucional, y el desarrollo de habilidades para una relación efectiva con los medios de comunicación. Asimismo, capacita a los participantes en la planificación de eventos corporativos y en el diseño e implementación de estrategias de relaciones públicas orientadas a fortalecer la imagen, la reputación y el posicionamiento organizacional.

### Objetivo

Desarrollar en los participantes las competencias necesarias para gestionar estratégicamente la comunicación corporativa y las relaciones públicas, fortaleciendo la imagen, la reputación y el posicionamiento de las organizaciones a través de una comunicación efectiva con sus diferentes públicos.

### Dirigido a

Profesionales de las áreas de comunicación, relaciones públicas, marketing, publicidad y gestión empresarial que deseen fortalecer sus competencias en comunicación corporativa y manejo estratégico de la imagen institucional. Asimismo, está orientado a encargados de comunicación organizacional, responsables de marca, coordinadores de eventos y profesionales interesados en desarrollar habilidades para la gestión de la reputación y las relaciones con los públicos de una organización.

## Beneficios

**Al finalizar este programa el egresado estará capacitado para:**

- **Comprender** el rol estratégico de la comunicación corporativa en la gestión y posicionamiento de las organizaciones.
- **Gestionar** de manera profesional las relaciones con medios de comunicación y otros públicos de interés.
- **Diseñar e implementar** estrategias de comunicación corporativa y relaciones públicas alineadas con los objetivos institucionales.
- **Planificar y coordinar** eventos corporativos como herramientas para fortalecer la imagen y la reputación institucional.
- **Fortalecer** la cultura organizacional mediante el desarrollo de estrategias efectivas de comunicación interna.
- **Elaborar** planes de relaciones públicas orientados a consolidar la identidad, reputación y posicionamiento de la organización.

# Contenido

## Módulo I:

### Fundamentos de Comunicación Corporativa

Conceptos fundamentales y evolución de la comunicación corporativa -Concepto de Comunicación Corporativa

- Origen y evolución de la Comunicación Corporativa
- Funciones de la Comunicación Corporativa
- Características de quien ejerce Comunicación Corporativa
- Áreas de impacto de la Comunicación Corporativa
- La filosofía institucional

Identidad Institucional

- Conocer mi organización
- Valores de la organización
- La factibilidad de los proyectos
- Públicos de la Comunicación Corporativa
- Conocer la competencia
- Posibles aliados
- Imagen personal Vs. imagen de la empresa

Estrategias empresariales

- Involucrar a los ejecutivos de la organización en el buen manejo de la comunicación
- El manejo del tiempo
- Atención a los detalles que distinguen mi organización
- Los lenguajes que comunican
- Planificar a corto, mediano y largo plazo

## Módulo II:

### Cultura Organizacional y la Comunicación Interna

Fundamentos de la Cultura Organizacional

- Concepto y evolución de la cultura organizacional
- Valores, creencias, normas y símbolos institucionales
- Identidad, misión, visión y propósito organizacional
- Tipos de cultura organizacional y su impacto en el desempeño
- Cultura organizacional como ventaja competitiva

Comunicación Interna como Eje Estratégico

- Concepto, objetivos y funciones de la comunicación interna
- Canales y herramientas de comunicación interna
- Clima organizacional y engagement de los colaboradores
- Liderazgo comunicacional y gestión del talento humano
- Comunicación interna en entornos presenciales y digitales

Gestión y Estrategias de Comunicación Interna

- Diagnóstico de la comunicación interna
- Diseño de planes y estrategias de comunicación interna
- Gestión del cambio y comunicación organizacional
- Manejo de conflictos y comunicación en situaciones de crisis internas
- Evaluación y medición de resultados en comunicación interna

## Módulo III:

### Estrategias y acciones de las Relaciones Públicas

Fundamentos generales de relaciones públicas

- Definición de RR.PP.
- Características de las RR.PP.
- Importancia de las RR.PP.
- Retos de las RR.PP.
- Relaciones públicas VS. Publicidad
- Funciones de las RR.PP.
- Formación de imagen
- Opinión pública
- El profesional de las RR.PP.

Estrategias de las relaciones públicas

- Briefing
- Pasos del briefing
- Como comunicar una acción
- Patrocinio
- Propuesta de patrocinio

Acciones de relaciones públicas

- Plataformas offline y online
- Medios de comunicación
- Media tours
- Convocatoria de prensa
- Nota de prensa
- Redacción y ortografía
- Técnicas de seguimiento con la prensa
- Comunicados de prensa
- Rueda de prensa
- Clipping
- Reporte
- Publicity

## Módulo IV:

### Eventos corporativos y su impacto en la reputación organizacional

Eventos Corporativos como Herramienta Estratégica

- Concepto y tipología de los eventos corporativos
- Objetivos de los eventos dentro de la comunicación corporativa
- Eventos como instrumentos de posicionamiento e imagen institucional
- Relación entre eventos, identidad corporativa y reputación organizacional
- Tendencias actuales en eventos corporativos

Planificación y Ejecución de Eventos Corporativos

- Etapas de la planificación de eventos corporativos
- Protocolo, logística y organización integral del evento
- Coordinación de equipos, proveedores y aliados estratégicos
- Comunicación, convocatoria y relación con los públicos del evento
- Gestión de riesgos y manejo de crisis durante eventos

Evaluación del Impacto Reputacional de los Eventos

- Indicadores de impacto y percepción reputacional
- Medición de resultados: imagen, visibilidad y posicionamiento
- Gestión de la experiencia del público y reputación post-evento
- Eventos sostenibles, éticos y responsables
- Lecciones aprendidas y mejora continua en la gestión de eventos

## Módulo V:

### Plan de Relaciones Públicas

#### Fundamentos y Diagnóstico del Plan de Relaciones Públicas

- Concepto, objetivos y funciones de un plan de RR.PP.
- Identificación y análisis de públicos estratégicos
- Diagnóstico de la situación comunicacional y reputacional
- Análisis del entorno interno y externo (FODA comunicacional)
- Definición de objetivos del plan de RR.PP. .

#### Diseño del Plan de Relaciones Públicas

- Estructura y componentes de un Plan de RR.PP.
- Estrategias y tácticas de comunicación institucional
- Mensajes clave y coherencia con la identidad corporativa
- Selección de canales y herramientas
- Cronograma, presupuesto y asignación de recursos

#### Implementación, Evaluación y Seguimiento

- Ejecución del Plan de RR.PP.
- Coordinación con áreas internas y aliados estratégicos
- Relación con los medios y gestión de la comunicación externa
- Indicadores de gestión y medición de resultados
- Evaluación del impacto y mejora continua del plan



**Karina García**

Coordinadora

Egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Santo Domingo (UCSD), con maestría en Investigación Aplicada a la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Cuenta con más de 15 años de experiencia en los campos de Comunicación, Relaciones Públicas, Eventos y Marketing. Ha trabajado en agencias, medios de comunicación, ONG y empresas privadas, lo que le ha permitido desarrollar un perfil integral y adaptado a las necesidades del entorno actual. En el ámbito académico, ha tenido el honor de desempeñarse como coordinadora de planes de estudio y docente en modalidad presencial y virtual en varias instituciones de prestigio. Actualmente es coordinadora de Estrategias de Contenidos y Comunicaciones en la Universidad Iberoamericana, Unibe desde Julio 2025 hasta la actualidad.



¡Adquiere las **herramientas clave** para destacar en esta apasionante industria!

Para más información  
**Contáctanos**



809-689-4111  
Exts.: 2203 y 2407



[e.continua@unibe.edu.do](mailto:e.continua@unibe.edu.do)

[educacioncontinua.unibe.edu.do](http://educacioncontinua.unibe.edu.do)