

RELACIONES PÚBLICAS Y
BRANDING CORPORATIVO

En línea
(96 horas)

Objetivo:

- Gestionar las acciones de branding corporativo de la empresa, así como su impacto en la comunicación institucional e imagen corporativa, atendiendo tanto a públicos internos como externos y con un alcance On y Offline. Adquirir herramientas para el establecimiento y manejo de situaciones de crisis en su organización.

Dirigido a:

- Ejecutivos encargados de las áreas de Marketing, Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa y Comunicación Interna, así como si estás emprendiendo y buscas implementar buenas prácticas en la relación con públicos internos y externos de tu empresa a fin de proyectar una imagen sólida de la misma.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - Diploma Digital UVM con validez curricular y tecnología Blockchain con código QR y de verificación.
 - Certificado Internacional de Embiz Foundation.
 - Certificado de competencias laborales DC-3 de la STPS.

¿Por qué UVM?

60 años de experiencia académica, más de 150 programas educativos y más de 180 programas de excelencia a nivel nacional.

Adquieres conocimientos y habilidades esenciales aplicables de manera inmediata a tu actividad profesional.

Los profesores que imparten las Certificaciones y Diplomados siguen un modelo de enseñanza con ejemplos reales, pues cada uno de ellos es experto y reconocido en su campo.

Flexibilidad educativa que te permite estudiar a tu ritmo, a cualquier hora y en cualquier lugar.

Los Diplomados y Certificaciones de UVM enriquecen tu CV y te posicionan como el mejor candidato.

Al estudiar el programa podrás:

Reconocer la importancia de la comunicación comercial y corporativa para las organizaciones.



Elaborar un diagnóstico y auditoría de la comunicación de tu empresa.



Identificar y analizar los diferentes públicos de la organización.



Manejo de audiencias y contenidos dentro de las redes sociales.



Aplicación de herramientas de medición: Investigación, sondeos y encuestas de opinión.



BLOQUES DE APRENDIZAJE



BLOQUES DE APRENDIZAJE

Introducción a PR, *branding* y reputación on y offline

1. Papel de las relaciones en la mezcla de mercadotecnia
2. Entablando la comunicación a través de las Relaciones Públicas
3. Reto y alcance de las Relaciones Públicas
4. Importancia de la comunicación comercial y corporativa para las organizaciones
5. Diferenciando los objetivos de Relaciones Públicas vs. Publicidad
6. Cómo aplicar las Relaciones Públicas en el proceso de *Branding* Corporativo
7. ¿Por qué es importante la comunicación en las organizaciones?
8. Identificación y viabilidad de acciones de Relaciones dentro de la propia empresa/negocio

Branding corporativo

1. Manejo de marcas corporativas vs. marcas comerciales
2. Valor, misión, visión y propósito de la marca
3. El papel del personal como elemento de *branding*
4. Comunicación interna y alineación de objetivos
5. Manejo de marcas corporativas vs. marcas comerciales
6. Valor, misión, visión y propósito de la marca
7. El papel del personal como elemento de *branding*
8. Comunicación interna y alineación de objetivos

Desarrollo e implementación de estrategias de comunicación on-offline

1. Planteamiento estratégico de la comunicación
2. Formatos de estrategia de comunicación
3. Identificación de mensajes clave
4. Aprendiendo a identificar y analizar los diferentes públicos de la organización
5. Análisis del entorno competitivo
6. Desarrollo del pensamiento creativo
7. Pensamiento lineal, lateral y disruptivo
8. Entregable

Plan de medios: creación de *branding* y reputación en redes sociales

1. Entendiendo las diferencias del manejo de información en los medios masivos y digitales
2. Manejo de audiencias y contenidos dentro de las redes sociales
3. El influencer como medio de comunicación
4. El valor de detectar las conversaciones y usar eficientemente los *hashtags*
5. Identificación y manejo de *fake news* en la red
6. Elaboración de plan de medios
7. Uso de los géneros periodísticos a favor de las marcas/empresas
8. Redacción de herramientas de RP: *Newsletter*, boletines de prensa y otros
9. Establecimiento de contacto y manejo de la relación con medios de comunicación
10. Organización de eventos de prensa: formatos y logística.

Reputación y opinión pública

1. Construcción y gestión de la reputación de la empresa y de marca
2. Factores de comunicación persuasiva
3. Cómo establecer límites a la persuasión
4. Selección de voceros de la empresa
5. Preparación de voceros para la comunicación de mensajes clave
6. Forma de establecer contacto y alianzas con líderes de opinión
7. Conformación de opinión pública
8. Aplicación de herramientas de medición: investigación, sondeos y encuestas de opinión
9. La figura del vocero

Manejo de crisis

1. Detección de vulnerabilidades de la empresa y posibles situaciones de crisis
2. Preparación de escenarios e identificación de posibles impactos a los *stakeholders*
3. Elaboración del plan de recuperación y comunicación: procedimientos, tiempos, responsables y medidas preventivas
4. Aplicación de simulacros. Gestión de crisis para minimizar daños y recuperar el control de la situación
6. Recuperación de credibilidad e imagen
7. Evaluación de daños y detección/definición de mejores prácticas

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Estudia a tu ritmo. Consulta todas las sesiones grabadas en el horario que más te convenga.

Soporte técnico. Cuentas con atención técnica en todo momento para ayudarte a solucionar cualquier problema que se presente.

Asesoría y acompañamiento. Tienes un Tutor que te brindará apoyo a través de enlaces en vivo, chat o WhatsApp para resolver cualquier duda.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx