



# **DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y ESTRATÉGICA**

# ÍNDICE

DESCRIPCIÓN .....	2
OBJETIVOS .....	2
A QUIÉN VA DIRIGIDO .....	2
BENEFICIOS COMPLEMENTARIOS METODOLOGÍA Y RECURSOS .....	3
PLAN DE ESTUDIOS .....	4
FACILITADORES .....	8
CERTIFICADO .....	10
INVERSIÓN Y FORMAS DE PAGO .....	11
FORMULARIO INSCRIPCIÓN .....	12
CONTACTO .....	13



## DESCRIPCIÓN:

El Diplomado en Comunicación Corporativa y Estratégica es un programa compuesto con los contenidos esenciales, para poner en marcha un plan de relaciones públicas y comunicación.

La carga académica consta de 72 horas presenciales y virtuales, dotará al estudiantado de los conocimientos necesarios para trabajar o dirigir un departamento de comunicación, relaciones públicas o marketing, así como realizar labores de consultorías independientes o laborar para una agencia.

## OBJETIVOS:

Capacitar al estudiante para que pueda distinguir los conceptos principales de comunicación.

Facultar al egresado en la organización, dirección y mercadeo de un evento.

Habilitar al estudiantado para desarrollar un plan de relaciones públicas y de comunicación.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO:

Interesados en desarrollar carrera en el área de comunicación corporativa y estratégica, relaciones públicas o marketing, tanto del sector privado como público. Así como a cualquier persona que desee perfeccionar sus habilidades en el área.



## BENEFICIOS COMPLEMENTARIOS:

Este programa le permite al participante de UNICDA desarrollar las competencias necesarias, para dirigir o manejar de manera estratégica un plan de comunicación o de relaciones públicas.

## METODOLOGÍA:

Este programa consta de 72 horas. La formación fomenta la participación activa y variada, distribuyéndose entre:

- Apoyo tecnológico.
- Documentación sobre cada unidad docente: Apuntes en pdf con toda la materia recibida, infografías, lecturas recomendadas.
- Prácticas constantes en equipo e individuales.
- Videos y dramatizaciones para socialización.
- Estudios de casos de éxitos.
- Investigaciones y entrevistas.

Complementariamente se aplicarán evaluaciones oportunas para medir el desarrollo del aprendizaje. La evaluación de los módulos se realizará mediante prácticas, que el alumno deberá realizar, en equipo o individualmente y donde aplicará los contenidos desarrollados en cada módulo.

## RECURSOS:

Aula  
Proyector  
Plataforma digital Moodle

# PLAN DE ESTUDIOS:

Módulo 1: Fundamentos de Comunicación Corporativa y Estratégica

Profesora: Inmaculada Aracena

Objetivo:

Conocer el origen, la evolución y las aplicaciones de la comunicación corporativa y estratégica.

## TEMAS A TRATAR

- Conceptos fundamentales y evolución de la comunicación corporativa y estratégica.
  - La filosofía institucional
  - Comunicación interna y externa
- Principales aplicaciones de la comunicación
  - Cómo funciona la prensa
  - Cómo escribe el relacionista público para los medios
- Identidad Institucional
  - Conocer mi organización
  - La factibilidad de los proyectos
  - 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 2: Marketing, Promoción y Eventos

Profesora: Mirfak Rowland

Carga académica: (16 horas)

Objetivo: Dominar la implementación del marketing en el posicionamiento de la marca.

### TEMAS A TRATAR

- Marketing digital
  - El Marketing Digital
  - Funcionamiento del Ecosistema Digital
  - Ventajas del Marketing Digital
  - Aplicaciones del Marketing Digital
  - Plan de Marketing Digital
  - Herramientas de Marketing Digital
  - Importancia de la reputación en el Marketing Digital
  
- Promociones
  - Propósito de las promociones
  - Promoción On Trade y Off Trade
  - Elementos para la gestión de la promoción
  - Funciones del Trade Marketing
  - Estrategias de promoción
  - La promoción como aliada de la comunicación estratégica
  
- Eventos corporativos
  - La Industria de eventos
  - Las tendencias actuales
  - Los eventos corporativos como aliados de la comunicación estratégica
  - El planificador de eventos y reuniones
  - Los requerimientos y características de los eventos corporativos
  - Eventos de comunicación y promoción externa en las empresas
  - Eventos de motivación y comunicación interna en las empresas

## Módulo 3: Relaciones con los Medios

Profesora: Karina García

Carga académica: (16 horas)

Objetivo: Desarrollar las habilidades necesarias para tener una buena relación con los medios de comunicación.

### TEMAS A TRATAR

- Fundamentos generales de relaciones públicas
  - Características de las RP
  - Importancia de las RP
  - Importancia de las RRPP en las empresas
  - Relaciones públicas Vs. publicidad
  - Funciones de las RRPP
  - Formación de imagen
  - Opinión pública
  - El profesional de las RP
  
- Herramientas de relaciones públicas
  - Plataformas offline y online
  - Medios de comunicación
  - Media tours
  - Convocatoria de prensa
  - Nota de prensa
  - Rueda de prensa
  - Eventos empresariales
  - Clipping
  - Reporte
  - Publicity
  
- Manejo de crisis
  - Definición de crisis
  - Características de una crisis
  - Manual de crisis

## Módulo 4: Plan de Comunicación

Profesora: Jeimie Reyes

Carga académica: (16 horas)

Objetivo: Manejar los conocimientos para planificar, desarrollar y ejecutar un plan de comunicación.

### TEMAS A TRATAR

• Planificación: Desarrollo de los conocimientos específicos para la planificación estratégica de la comunicación dentro de la

empresa basados en:

- Levantamiento de la situación de la empresa
- Necesidades y metas
- Pasos para desarrollar el plan

• Etapas del plan de comunicación:

- Análisis de la situación
- Creando el engagement
- Construcción de mensajes claves dentro y fuera de la empresa

• Ejecución del plan de comunicación

- Desarrollo de las acciones estratégicas a lo interno y externo
- Planificación de medios de comunicación: redes sociales y su relación de acuerdo al plan
- Los colaboradores como los mejores contadores de historia basados en el plan

## FACILITADORES:

KARINA GARCÍA (COORDINADORA)

Egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Santo Domingo. Posee una maestría en Investigación Aplicada a la Comunicación, por la Universidad Rey Juan Carlos.

Ha cursado estudios en las áreas de Oratoria, Locución, Maestría de Ceremonias, Relaciones Públicas, Redacción Periodística y Redes Sociales Enfocadas a Negocios. A nivel académico se ha desempeñado como maestra presencial y virtual en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra y en la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña.

Además, es desarrolladora de contenidos para Educación Continuada para una importante casa de altos estudios. En el ámbito laboral ha ejercido como periodista, productora y conductora radial, estrategia de comunicación, editora, coordinadora Editorial, directora de Promoción, Mercadeo y Relaciones Públicas.

Correo: [k.garcialeon19@gmail.com](mailto:k.garcialeon19@gmail.com)

Linkedin: [www.linkedin.com/in/máxima-karina-garcía-león-3a261889/](https://www.linkedin.com/in/máxima-karina-garcía-león-3a261889/)

### INMACULADA ARACENA

Egresada de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM). Posee una maestría en Investigación Aplicada a la Comunicación, por la Universidad Rey Juan Carlos.

Ha cursado estudios complementarios en las áreas de Relaciones Públicas, periodismo especializado en turismo, economía, medio ambiente y perspectiva de género. Así como también, Inteligencia Emocional e Imagen Corporativa. Experiencia laboral en periodismo, relaciones públicas, estrategias de campañas políticas, investigación y planes de comunicación.

En el ámbito académico es docente de la Escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, guiando los procesos de las asignaturas de Producción Escrita, Proyecto Editorial, Organización y Administración de Medios, y Método II, III y IV, entre otras.

Como aporte social ha estado vinculada a organizaciones sin fines de lucro que trabajan con la niñez y la juventud y la lucha constante por la sostenibilidad del medio ambiente.

Correo: [inmaculadaaracena@hotmail.com](mailto:inmaculadaaracena@hotmail.com)

Linkedin: [www.linkedin.com/in/inmaculada-aracena-marte-933a78162/](https://www.linkedin.com/in/inmaculada-aracena-marte-933a78162/)

## MIRFAK ROWLAND

Licenciada en Comunicación Social, con más una década de experiencia en el ámbito de la Comunicación Social y las Relaciones Públicas. Se desempeñó como encargada de Comunicación en la Universidad INTEC, redactora en la sección “Vivir”, del periódico HOY; redactora para la agencia de comunicación Nexos, Reputación de Marcas, donde tuvo a su cargo

la redacción de contenidos para las marcas: Coca Cola, Ágora Mall, Centro Cuesta Nacional y Johnnie Walker, entre otras.

Laboró como editora del periódico Resumen de Salud y como relatora para la Fundación Friedrich-Ebert (FES). Miembro del Gabinete de Comunicación del Gobierno Dominicano, en el período 2008-2012.

Actualmente, es la encargada de la División de Comunicación Estratégica del Ministerio de Cultura, donde también se desempeña como editora del periódico institucional “Mi Cultura”, y de “El Feriero”, diario gratuito oficial de la Feria Internacional del Libro Santo Domingo. Además, es la editora de la “Gaceta de la Aviación” del Instituto Dominicano de Historia Aeronáutica (INDOHA), y colabora con artículos para los medios digitales: Recorriendo con Salvador, MarketingRD.com y Diario Digital RD. Com.

Correo: [mirfak27@outlook.com](mailto:mirfak27@outlook.com)

Linkedin: [www.linkedin.com/in/mirfak-rowland-antigua-467b4056/](https://www.linkedin.com/in/mirfak-rowland-antigua-467b4056/)

## JEIMIE REYES

Estratega de comunicación con más de 15 años de experiencia en el área de relaciones públicas, periodismo y producción editorial.

Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo, con especialización en Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas por la Universidad del Rosario de Colombia. Amplia experiencia en edición, redacción y producción de contenidos editoriales.

Profesional independiente laborando en relacionamiento y consultorías de comunicación/planificación para clientes en los sectores financiero, alimentos, tecnología, industrial, salud, entre otros. Project manager editorial de la Vicepresidencia de la República. Formó parte del equipo editorial de la Revista Mercado. Cuenta con excelentes relaciones en los medios de comunicación y el liderazgo digital. Administración de recursos y planificación.

Correo: [jeimiereyes@gmail.com](mailto:jeimiereyes@gmail.com)

Linkedin: [www.linkedin.com/in/jeimie-reyes-p-12029844/](https://www.linkedin.com/in/jeimie-reyes-p-12029844/)



## CERTIFICADO:

El certificado del diplomado “Comunicación Corporativa y Estratégica” será expedido por la Universidad Domínico Americano. El alumno recibirá un diploma certificando la formación recibida tras superar satisfactoriamente todas las evaluaciones, prácticas y las horas del diplomado que no deben ser menor al 80% de participación.

# INVERSIÓN Y FORMA DE PAGO:

El costo es de RD\$21,500.

Forma de pago: Las formas de pago admitidas son: efectivo, tarjeta de crédito, cheque de administración y transferencia a cuenta bancaria.

## A. : Pago convencional

- **50%** Inscripción
- **25%** 2da. cuota a los 30 días a partir de la fecha en que inicia el diplomado.
- **25%** 3ra. cuota a los 15 días del segundo pago

### Nota:

Al cumplirse el mes de haber iniciado el diplomado se vence la 1era. cuota. Si se paga con retraso se pagará un cargo de un 10% del valor adeudado.

## B. Depósito o transferencia:

- Banco Popular Dominicano  
Cuenta corriente número: 828134031

**Nota:** Enviar vía correo electrónico el voucher a: [ventas@icda.edu.do](mailto:ventas@icda.edu.do) con copia a [cobros2@icda.edu.do](mailto:cobros2@icda.edu.do). Teléfono: 809-535-0665 ext. 2321 y 2322.

## C. Línea de crédito de FUNDAPEC:

- Llenar formulario SI-01
- Completar e imprimir formulario de solicitud de crédito en línea:  
<https://www.fundapec.edu.do/>

## 2. Inscripción Empresarial:

- a) Llenar formulario SI-01
- b) Carta compromiso de la empresa, sellada y firmada

## DESCUENTO:

Se dispone de descuentos aplicables en las siguientes condiciones:

### 1. Público General:

- a) 10% de descuento por pago total en efectivo  
o depósito en cuenta.
- b) 7.5% de descuento por pago total con tarjeta  
de crédito.

### 2. Público Empresarial:

- c) 5% de descuento de 3 a 5 participantes
- d) 10% de descuento de 6 a 10 participantes
- e) 15% de descuento de 11 participantes en adelante

“PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS”

# FORMULARIO INSCRIPCIÓN



## FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Y SOLICITUD DE CRÉDITO SI-01

A CREDITO SI ( ) NO ( )

PAGADO POR EMPRESA SI ( ) NO ( )  
% QUE PAGA LA EMPRESA \_\_\_\_\_ % RD\$ \_\_\_\_\_

FACTURAR A LA EMPRESA		RNC		FECHA DE INSCRIPCION / /	
NOMBRES		APELLIDOS		NIVEL ACADEMICO ALCANZADO	
CEDULA O PASAPORTE - -	SEXO FEM. ( ) MASC. ( )	FECHA NACIMIENTO / /		LUGAR DE NACIMIENTO	
ESTADO CIVIL SOLTERO ( ) CASADO ( )	TELEFONO RESIDENCIAL ( ) -	CELULAR / BEEPER ( ) -		E-MAIL	
DIRECCION ACTUAL		LOCALIDAD		TRABAJA SI ( ) NO ( )	
NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE TRABAJA		PERSONA DE CONTACTO/ PAGO		DIRECCION DE EMPRESA	
CARGO ACTUAL	DEPARTAMENTO	TELEFONO (S) EMPRESA ( ) -		EXTENSION ( ) FAX ( ) -	
HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN OTROS CURSOS DE UNICDA SI ( ) NO ( )		NOMBRE CONYUGE O PARIENTE		TELEFONO CONYUGE O PARIENTE ( ) -	
FACTURA O CARTA AUTORIZADA DE EMPLEADOR SI ( ) NO ( )		PORQUE MEDIO SE ENTERO DE ESTE CURSO			
<b>PROGRAMA</b>					
TITULO DEL DIPLOMADO O CURSO				GRUPO	
DURACION	HORARIO-DIAS	FECHA INICIO / / 20		FECHA TERMINO / / 20	

### PARA USO EXCLUSIVO DE UNICDA

COSTO TOTAL DEL DIPLOMADO O CURSO RD\$		COSTO A PAGAR POR INSCRIPCION RD\$		BALANCE PENDIENTE A PAGAR RD\$	
MODALIDAD DE PAGOS	1ERA CUOTA RD\$	2DA CUOTA RD\$			
FECHA DE PAGOS	1RA / / 20	2DA / / 20			

### POLITICA DE REEMBOLSO Y COMPROMISO DE PAGO

Se devolverá el dinero que pague el participante solamente en el caso de que el curso o diplomado sea cancelado.		COMPROMISO DE PAGO: Me comprometo a pagar en las fechas indicadas y los montos estipulados en este formulario. En caso de faltar, autorizo a cancelar mi derecho de seguir participando en clases.			
FIRMA DEL PERSONAL DE UNICDA Y/O CENTRO DE GERENCIA	FIRMA DEL PARTICIPANTE	FIRMA AUTORIZADA POR REGISTRO			

# CONTACTO:

Información adicional e inscripción

Universidad Domínico Americano

Web: [www.unicda.edu.do](http://www.unicda.edu.do)

Twitter: @ElDominico

Facebook e Instagram:

@unicdard

Tel: 809-535-0665 opción 3

Flotas: 829-417-1464 / 829-748-5144

829-748-5145 / 809-390-5571

Email: [ventas@icda.edu.do](mailto:ventas@icda.edu.do)

Av. Abraham Lincoln #21. Santo Domingo,  
República Dominicana

