



Maestría en Relaciones Públicas y Publicidad

RVOE MA-REPP-12

"La comunicación es la fortaleza de los hombres y de sus instituciones"

¿Quiere saber por qué no ha logrado transmitir sus ideas con claridad?

¿Ha encontrado resistencia a la misión de su área o empresa?

¿Dedica mucho tiempo y esfuerzo en transmitir los conocimientos necesarios para el cumplimiento de las tareas de sus grupos de trabajo?

¿Desconoce las necesidades reales de sus clientes?

¿Se le dificulta el manejo de las relaciones públicas de su empresa?

¿Le gustaría conocer las estrategias para una comunicación eficaz con su público meta?

¿Le gustaría posicionar su marca?

Le ofrecemos una propuesta que responderá éstas y otras preguntas, a través de las herramientas teórico-prácticas proporcionadas por la MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD cuyo objetivo principal es Formar profesionales con habilidades y actitudes, para asumir responsabilidades a la altura de las decisiones empresariales, de relaciones públicas y publicidad, utilizando sus competencias de negociación y resolución de conflictos; y personas expertas en el área de la comunicación corporativa con amplios conocimientos del entorno globalizado e involucrados en el ejercicio del liderazgo de acción positiva.

El plan académico está enfocado a comprender el comportamiento humano y proporciona a los profesionistas las habilidades de persuasión, creatividad y capacidad de innovación, encaminados a mejorar las estrategias comunicativas de las empresas y las instituciones sociales para ejercer un auténtico liderazgo en el desarrollo e implementación de fórmulas organizacionales corporativas.

Objetivos

Al finalizar la maestría, el participante:

- utilizará las técnicas para hacer eficaz la comunicación interna de las organizaciones.
- planeará, desarrollará y evaluará la comunicación de las organizaciones en situaciones estables y en situaciones de crisis.
- diseñará y defenderá proyectos de comunicación empresarial innovadores, que contribuyan al crecimiento organizacional en el área de las relaciones públicas y de la publicidad, en los ámbitos nacional e internacional.
- se ubicará como comunicador de las empresas en los entornos nacional e internacional.
- exhibirá actitudes de líder de acción positiva, que promuevan el cambio y el desarrollo del hombre y de la sociedad.
- estará comprometido con su empresa, el medio en la que se desarrolla y con la sociedad.

Perfil de ingreso

La Maestría en Relaciones Públicas y Publicidad está dirigida a capacitar profesionales provenientes de cualquier área de especialización que busquen incursionar en la creatividad de resolución de problemas empresariales.

Se requiere personas interesadas en la actualización constante de los elementos de comunicación en las organizaciones y la aplicación de nuevas tecnologías empresariales con una actitud positiva, crítica e innovadora, comprometida sobretodo con la dignidad humana en la planeación estratégica de modelos de crecimiento que mejoren el nivel de vida de la sociedad y de sus integrantes.



Perfil de egreso

Área básica:

Conocimientos de:

- la planeación estratégica de la comunicación empresarial.
- las estrategias de comunicación en la empresa.
- la evaluación de la comunicación corporativa.
- la persuasión en el corporativo.
- los costos por proyecto.

Habilidades para:

- definir políticas y estrategias de comunicación a partir de la interpretación de la información obtenida sistemáticamente de la organización.
- diseñar y utilizar estrategias de comunicación adecuadas para la empresa, en su contexto.
- implementar estrategias efectivas para la evaluación de los esfuerzos comunicativos dentro de la empresa.
- identificar, estructurar y administrar técnicas específicas de persuasión para el logro de los objetivos comunicativos.
- asignar efectivamente los costos para la obtención eficiente de utilidades, en el marco de un mercado competitivo.

Actitudes de:

- compromiso y servicio en su trabajo como comunicador.
- responsabilidad social con su tarea de comunicador.
- trabajo en equipo.
- ética profesional.
- congruencia entre lo que se predica y lo que se hace.
- seguridad en sus presentaciones.
- justicia en su trato igual con toda la comunidad.
- líder auténtico de actitud positiva.

Área de relaciones públicas:

Conocimientos de:

- las relaciones públicas
- la identidad corporativa, de sus procesos, de sus símbolos...
- la comunicación adaptada al cambio contextual.
- la identidad corporativa.
- el protocolo empresarial.
- el cabildeo.

Habilidades para:

- utilizar modelos de trabajo en las relaciones públicas, para el logro eficiente de los objetivos corporativos referentes a la comunicación.
- desarrollar proyecto que favorezcan la identidad y la imagen de la organización.
- aplicar modelos de gestión de comunicación para el cambio organizacional, de acuerdo con el contexto cambiante.
- organizar actividades de relaciones públicas de acuerdo con la cultura corporativa.
- realizar actividades que favorezcan la identidad y la imagen de un corporativo.
- organizar actividades de relaciones públicas de acuerdo con la cultura corporativa, aplicando las normas del protocolo empresarial.
- potenciar competencias para el manejo del cabildeo como herramienta estratégica de las relaciones públicas.

Actitudes de:

- protocolarias de la empresa.

Área de comunicación comercial y publicidad:

Conocimientos de:

- publicidad
- la creación y posicionamiento de la marca empresarial.
- el plan de medios

Habilidades para:

- diseñar creativamente campañas publicitarias y promocionales para productos y servicios.
- crear y posicionar una marca a partir de estrategias que se adapten a las circunstancias del mercado.
- diseñar el plan de medios, considerando alcance, impacto, frecuencia y continuidad, en la comunicación.



Plan de estudios

BLOQUE ANÁHUAC	BLOQUE BÁSICO
Liderazgo (4 Créditos)	Estrategias de comunicación (6 Créditos)
Creatividad (4 Créditos)	Evaluación de la comunicación (6 Créditos)
Responsabilidad social (4 Créditos)	Planeación estratégica (6 Créditos)
	Publicidad (6 Créditos)
	Relaciones públicas (6 Créditos)

BLOQUE ESTRUCTURAL TEORICO-PRÁCTICO (OPCIÓN: COMUNICACIÓN COMERCIAL Y PUBLICIDAD)	BLOQUE ESTRUCTURAL TEORICO-PRÁCTICO (OPCIÓN: RELACIONES PÚBLICAS)
Branding (5 Créditos)	Protocolo y ceremonial(5 Créditos)
Plan de medios (5 Créditos)	Cabildeo (5 Créditos)
Costos por proyecto (5 Créditos)	Costos por proyecto (5 Créditos)
Identidad corporativa (5 Créditos)	Persuasión (5 Créditos)
Persuasión (5 Créditos)	Identidad corporativa (5 Créditos)
Comunicación y cambio (5 Créditos)	Comunicación y cambio (5 Créditos)

BLOQUE ESTRUCTURAL-PRÁCTICO	BLOQUE INTEGRADOR
Práctica I (Estrategias integrales de promoción) (7 Créditos)	Proyecto integrador (25 Créditos)
Práctica II (Comunicación integral) (7 Créditos)	
Práctica III(Comunicación en crisis y Media training) (7 Créditos)	

Características del programa

Cada asignatura la conforman entre 24 y 32 horas de clase presencial, distribuidas en viernes de 18:00 a 22:00 horas y sábados de 8:00 a 12:00 horas.

LCC. Silvia Zuhaila Zapata Carrillo, MCC.
Coordinadora de Posgrados
Escuela de Comunicación
Silvia.zapata@anahuac.mx
Tel. +52 (999) 942 48 00 ext. 563
Fax. +52 (999) 942 48 08

www.anahuacmayab.mx

