

MISIÓN INTERNACIONAL 

EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA



**FECHAS**  
DEL 15 AL 19 DE JUNIO  
2026



**MODALIDAD**  
PRESENCIAL



**DURACIÓN**  
20 HORAS

**POSGRADOS &  
FORMACIÓN CONTINUA**

Comunicación 

# Universidad de Piura

Somos una universidad que busca formar personas con excelencia profesional, que se distingan por su calidad humana, abiertas a las necesidades de los demás, con criterio y personalidad, capaces de una vida lograda y de mejorar la sociedad.

Fundamentamos nuestro trabajo en cuatro ejes principales: docencia, formación integral, investigación y responsabilidad social.



## Nuestra propuesta



**Docentes especialistas**  
nacionales e internacionales



**Formación flexible**  
online, presencial o semipresencial



**Enfoque humanista**  
centrado en personas y organizaciones



**Red Ejecutiva UDEP**  
espacio de conexión con profesionales

# Presentación

---

La Misión internacional en Comunicación Corporativa permite a los participantes vivir una experiencia profesional única en el ámbito de la comunicación corporativa en la **Universidad de Navarra (España)**, ubicada entre las 100 primeras universidades del mundo en siete áreas según el ranking QS.

Junto a destacados expertos de la industria conocerán cómo se gestiona la comunicación corporativa, las tendencias del sector y cómo afrontar los desafíos para liderar el relacionamiento estratégico con los stakeholders y aportar valor a la organización, con un enfoque internacional.

El programa abordará los siguientes temas: Tendencias globales en Comunicación corporativa; Gestión de intangibles y reputación; Sostenibilidad y propósito corporativo; Inteligencia artificial y su impacto en la Comunicación corporativa; y Liderazgo y comunicación del futuro: los desafíos del dircom.

Dirigido a quienes trabajen en Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas, Asuntos Públicos y afines; responsables de comunicación que buscan incorporar prácticas globales en sus organizaciones, así como a profesionales interesados en ampliar sus conocimientos o perfil en el ámbito de la Comunicación corporativa.



# Objetivos

---



Desarrollar una visión estratégica, global y actualizada de la comunicación corporativa.



Fortalecer las competencias directivas de los participantes para liderar con impacto, propósito y criterio ético en entornos organizacionales complejos y en constante transformación.



Comprender las tendencias globales que están redefiniendo la comunicación corporativa, la reputación y la relación entre las organizaciones y sus stakeholders.



Analizar la gestión de intangibles (marca, cultura, confianza, reputación y propósito) como activos estratégicos para generar valor sostenible en las organizaciones.



Conocer buenas prácticas internacionales en comunicación corporativa, a través de clases y visitas a empresas en Madrid.



Potenciar el networking internacional, para construir relaciones profesionales con expertos, académicos y comunicadores de distintos países que amplíen la mirada global del participante.

## Perfil del participante

---

Personas que trabajen en el ámbito de la gestión de la Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas, Asuntos Públicos y afines.

Personas que deseen ampliar sus conocimientos y/o perfil profesional en el ámbito de la Comunicación corporativa.



## 1 Tendencias globales en Comunicación corporativa

Este módulo ofrece una visión integral de las principales transformaciones que están redefiniendo la comunicación corporativa a nivel mundial. A través del análisis de casos y buenas prácticas, se exploran las nuevas dinámicas del sector, además de identificar las tendencias emergentes que marcarán la agenda del sector en los próximos años, para desarrollar una mirada crítica y global, capaz de anticipar cambios, innovar en estrategias y fortalecer el rol de la comunicación como motor de transformación organizacional.

## 2

## Gestión de intangibles y reputación

Este módulo profundiza en la gestión estratégica de los activos intangibles que generan valor y diferencian a las organizaciones en entornos competitivos y de alta exposición pública. Se analiza cómo la confianza, la credibilidad y la coherencia entre discurso y acción consolidan la reputación corporativa. Los participantes aprenden a integrar la comunicación en la gobernanza de los intangibles y a diseñar estrategias que fortalezcan la legitimidad y la licencia social para operar.

## 3 Sostenibilidad y propósito corporativo

En este módulo se abordan los fundamentos de la sostenibilidad como eje estratégico de la comunicación y el papel del propósito corporativo como motor de compromiso interno y diferenciación externa. Se examinan los nuevos estándares internacionales en materia ESG, así como las exigencias regulatorias europeas, entre otros temas relacionados. A partir de experiencias de empresas pioneras, los participantes exploran cómo convertir el propósito en una narrativa viva que articule la cultura, la marca y la responsabilidad social, generando impacto real y medible.

## 4

## Inteligencia Artificial y su impacto en la comunicación corporativa

Este módulo analiza el papel disruptivo de la inteligencia artificial en los procesos, estrategias y decisiones comunicacionales. Se revisan sus aplicaciones en la gestión de contenidos, la personalización de mensajes, la escucha social, la reputación digital y la gestión de crisis. Al mismo tiempo, se reflexiona sobre los dilemas éticos, la transparencia algorítmica y la necesidad de mantener el criterio humano como eje del liderazgo comunicativo. El objetivo es capacitar a los profesionales para integrar la IA de manera crítica, estratégica y responsable.

## 5

## Liderazgo y comunicación del futuro: los desafíos del dircom

Centrado en el rol del director de comunicación como líder estratégico, este módulo explora los nuevos desafíos que enfrenta el dircom en un entorno de transformación constante. Se analizan competencias clave como la gestión de la influencia, la visión sistémica, la comunicación del cambio y la capacidad de inspirar confianza en múltiples públicos. A través de dinámicas prácticas y diálogo con expertos, los participantes desarrollan una visión prospectiva del liderazgo comunicacional, orientada a la innovación, la sostenibilidad y la construcción de valor reputacional a largo plazo.

# Expositores

---



**Santiago Fernández  
-Gubieda Lacalle**

Trayecto

Director Ejecutivo del Centro de Gobierno y Reputación de Universidades de la Universidad de Navarra. Miembro del Comité de la Red de Reputación World 100, que promueve la formación, investigación y buenas prácticas en reputación universitaria, y del Consejo Europeo de CASE. Fue director de la Clínica Universidad de Navarra (Pamplona y Madrid). Doctor cum laude en Comunicación por la Universidad de Navarra, con la tesis “Marco conceptual de la reputación. Implicaciones para la gestión universitaria”. Licenciado en Periodismo, con Diploma en Estudios Filosóficos y MBA en Medios de Comunicación por la Universidad de Navarra-IESE Business School. Autor de artículos científicos y libros, consultor en gestión estratégica y comunicación universitaria. Imparte clases de Reputación y Comunicación en másteres de Dirección de Personas, Sostenibilidad y Comunicación.



**Isabel López Triana**  
Directora General  
en CANVAS  
Estrategias Sostenibles

Trayecto

Socia fundadora y directora general de Canvas Sostenible. Asesora a compañías del IBEX 35, del mercado continuo y familiares en proyectos de consultoría estratégica, formación y sensibilización. Con más de 25 años de experiencia, se especializa en sostenibilidad y reputación, ayudando a integrar la gestión ética y el propósito en los negocios. Licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y especializada en Responsabilidad Corporativa por IE Business School. Miembro de DIRSE y Alumni del Aspen Institute. Fue socia fundadora de Villafañe & Asociados, donde impulsó la gestión de intangibles y reputación corporativa. Profesora y miembro del Consejo Asesor del Máster en Sostenibilidad y Comunicación Política y Corporativa de la Universidad de Navarra.



## Álvaro Gutiérrez de Cabiedes

Head of Growth  
Openbank

Trayecto

Head of Growth en Openbank. Fundador de dos proyectos en Internet: Sixtobeat (Agencia marketing online) y Mappe (App mobile), experto en marketing off y online con más de 17 años de experiencia. Conferenciante en: Universidad de Navarra, Universidad Villanueva y Kschool.



## Elena Gutiérrez-García

Trayecto

Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra (España). Graduada en Ciencia Política y de la Administración por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Ha sido profesora del área de la comunicación estratégica, profesora visitante en la Universidad Mayor (Chile), Universidad Internacional de La Rioja, Universidad Internacional de Cataluña (España), así como de la Universidad de La Sabana (Colombia). Autora del libro “Comunicación institucional financiera”.



## Jordi Rodríguez Virgili

Trayecto

Doctor en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra. Fue director del máster en Comunicación Política y Corporativa y de la Revista de la Asociación de Comunicación Política. Colaborador habitual en medios de comunicación y ganador del premio al Mérito a la Excelencia en la Enseñanza en Comunicación Política en los Victory Awards 2016, en Washington D.C. Profesor visitante en universidades de Uruguay, Ecuador, México y Guatemala. Visiting International Scholar en The Graduate School of Political Management de la George Washington University. Ha impartido docencia en centros de Polonia, Alemania, México, Perú y España.

## La misión internacional incluye:

- Sesiones en el Campus Madrid.
- Traslados para visitas a empresas según cronograma.
- Coffee break entre sesiones.
- Certificado físico, emitido por la Universidad de Navarra, que acredita su participación en la misión.

La inversión incluye los derechos académicos en la Universidad de Navarra; sin embargo, estos no incluyen los costos y trámites migratorios que pudieran ser solicitados por el país de recepción, exámenes médicos, seguro médico internacional, pasajes nacionales e internacionales, alojamiento, alimentación y traslados en España y países previos de escala, ni cualquier otro gasto en los que pueda incurrir el participante. Todos estos trámites y costos adicionales serán cubiertos directamente por el participante.

## Requisitos:

- Experiencia laboral en o afín a comunicación corporativa de, al menos, tres años.
- Aceptación de los Términos y condiciones de participación en el programa.



# Duración y horario

**Duración:**  
20 horas

**Modalidad:**  
Presencial  
Madrid 

**Horario:**  
5 Sesiones:  
Lunes a viernes  
De 9:30 a.m. a 4:30 p.m.

Visitas a empresas:  
Martes y jueves,  
de 5:00 a 6:30 p.m.

\*Si hubiese algún cambio en el día u horario se informará oportunamente al participante.

JUN 15 al 19 2026



## Inversión

S/ 9,500

\*Consultar beneficios de pago (descuentos y/o fraccionamiento sin intereses).

La Universidad de Piura se reserva el derecho de postergar, reprogramar o cancelar la misión internacional, en caso no se cuente con la cantidad mínima necesaria de participantes.

## Certificado

Certificado de la Universidad de Navarra. Para obtener el certificado se requiere de la asistencia al 75% de horas de las sesiones.

(\*) La UDEP se reserva el derecho de realizar cambios en los horarios y expositores, si se diera el caso se informará oportunamente.



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

Mejores personas, mejores profesionales

**CAMPUS LIMA**  
Calle Mártir Olaya 162 Miraflores



969 262 897



Yusahara.huaman@udep.edu.pe

