ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Comunicación Institucional de Universidades Públicas: Relato, Prensa y Relación con la Comunidad Universitaria

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa

Especialízate con el Curso de Formación Permanente en Comunicación Institucional de Universidades Públicas: Relato, Prensa y Relación con la Comunidad Universitaria de ICUFOR. En un contexto donde las instituciones de educación superior necesitan conectar de manera efectiva con sus diferentes públicos, este programa te prepara para liderar estrategias comunicativas que refuercen la identidad, reputación y legitimidad social de la universidad pública como servicio esencial para la sociedad.



Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos teóricos, modelos y marco normativo de la comunicación institucional universitaria, identificando su especificidad dentro del sector público de educación superior.

Analizar la identidad, imagen y reputación de la universidad pública, diferenciando sus componentes visuales, verbales y culturales para una gestión estratégica de la marca universitaria.

Diseñar planes de comunicación institucional universitaria, aplicando metodologías de diagnóstico, segmentación de públicos y planificación estratégica alineadas con el ciclo académico.

Elaborar relatos institucionales coherentes y sostenibles, utilizando técnicas de storytelling que vertebren la docencia, la investigación y el compromiso social como ejes narrativos.

Dominar las herramientas y dinámicas de la oficina de prensa universitaria, desarrollando productos informativos adaptados al ecosistema mediático actual y gestionando eficazmente las relaciones con periodistas y medios.

Implementar estrategias de comunicación interna y digital, incorporando canales formales, redes sociales y contenidos multimedia para fortalecer la relación bidireccional con la comunidad universitaria.

Aplicar protocolos de comunicación de crisis y técnicas de organización de eventos institucionales, distinguiendo las fases de prevención, gestión y recuperación reputacional en el contexto universitario.

Desarrollar sistemas de evaluación y medición de resultados de la comunicación institucional, elaborando indicadores, informes y planes de mejora continua basados en evidencias.

Temario

01 Fundamentos teóricos y marco conceptual de la comunicación institucional en el ámbito universitario

1.1. Evolución histórica de la comunicación institucional en las organizaciones públicas
1.2. Delimitación conceptual: comunicación institucional, comunicación corporativa y comunicación organizacional
1.3. Principales teorías y modelos aplicados a la comunicación institucional
1.4. Marco normativo, ético y deontológico de la comunicación en universidades públicas

02 La universidad pública como institución comunicativa: identidad, misión y posicionamiento

2.1. La identidad institucional de la universidad pública: componentes y dimensiones
2.2. Misión, visión y valores como ejes vertebradores del discurso institucional
2.3. La imagen y la reputación institucional de las universidades públicas
2.4. Posicionamiento estratégico de la universidad en el ecosistema de la educación superior
2.5. La marca universitaria: construcción, gestión y protección
2.6. Análisis de la percepción social de las universidades públicas en España

Temario

03 Planificación estratégica de la comunicación institucional universitaria

3.1. El plan de comunicación institucional: metodología de diseño y elaboración
3.2. Estructura y organización del gabinete o dirección de comunicación universitaria
3.3. Presupuestación y asignación de recursos para la comunicación institucional en el marco público
3.4. Integración de la comunicación en la gobernanza y los órganos de dirección universitaria
3.5. Coordinación entre la comunicación institucional central y la comunicación de centros, departamentos y servicios
3.6. Calendario y cronograma de acciones comunicativas: el ciclo académico como eje temporal de planificación

Temario

04 Construcción del relato institucional de la universidad pública

4.1. Fundamentos del storytelling institucional aplicado al ámbito universitario
4.2. El relato de la universidad pública: servicio público, conocimiento y compromiso social
4.3. Construcción de relatos en torno a los actores universitarios
4.4. Recursos retóricos y técnicas narrativas para la comunicación institucional universitaria
4.5. Adaptación del relato institucional a diferentes canales, formatos y públicos
4.6. Coherencia narrativa a lo largo del tiempo: gestión del relato en periodos de cambio de equipo de gobierno universitario
4.7. Análisis de casos de éxito en la construcción de relatos universitarios nacionales e internacionales

Temario

05 Comunicación y divulgación de la investigación y la transferencia de conocimiento

5.1. La investigación como eje estratégico de la comunicación universitaria
5.2. Estrategias de divulgación científica desde la universidad
5.3. Coordinación con las estructuras de investigación de la universidad
5.4. Comunicación de la transferencia de conocimiento y la innovación
5.5. El investigador como comunicador: formación, acompañamiento y visibilización del talento científico
5.6. Comunicación de proyectos europeos e internacionales de investigación

Temario

06 Relaciones con los medios de comunicación y gestión de la oficina de prensa universitaria

6.1. La oficina de prensa universitaria: funciones, estructura y dinámica de trabajo diaria
6.2. Herramientas y productos informativos para la comunicación con medios
6.3. Relaciones con periodistas y medios: construcción y mantenimiento de la red de contactos
6.4. El ecosistema mediático actual y su impacto en la comunicación universitaria
6.5. Monitorización y análisis de la cobertura mediática de la universidad: clipping y media analysis
6.6. Medios de comunicación propios de la universidad
6.7. Formación y entrenamiento de portavoces institucionales

Temario

07 Comunicación interna y relación con la comunidad universitaria

7.1. La comunidad universitaria como público prioritario y heterogéneo
7.2. Estrategias y canales de comunicación interna en la universidad pública
7.3. Comunicación con el estudiantado: captación, acogida, vida universitaria y relación con personas egresadas
7.4. Participación, diálogo y escucha activa: herramientas para la comunicación bidireccional con la comunidad universitaria
7.5. Cultura organizacional y sentido de pertenencia: el papel estratégico de la comunicación interna
7.6. Comunicación sindical y comunicación institucional: gestión de la coexistencia informativa en el espacio universitario
7.7. Comunicación inclusiva y atención a la diversidad en el entorno universitario

Temario

08 Comunicación digital y gestión de redes sociales en universidades públicas

8.1. Transformación digital de la comunicación institucional universitaria
8.2. El portal web institucional: arquitectura de información, usabilidad y accesibilidad
8.3. Estrategia de presencia en redes sociales: selección de plataformas y gestión de perfiles
8.4. Creación de contenidos digitales: formatos, narrativas y producción multimedia
8.5. Publicidad digital institucional: campañas SEM, display y promoción en redes sociales
8.6. Analítica digital y métricas de rendimiento en la comunicación universitaria en línea
8.7. Reputación digital y gestión de la presencia en línea de la universidad

Temario

09 Comunicación de crisis en universidades públicas

9.1. Tipología de crisis comunicativas en el entorno universitario
9.2. Prevención y preparación ante crisis: el plan de comunicación de crisis
9.3. Gestión comunicativa durante la crisis: fases, mensajes clave y selección de canales
9.4. Comunicación poscrisis: estrategias de recuperación reputacional y aprendizaje organizativo
9.5. Análisis de casos reales de crisis comunicativa en universidades públicas españolas e internacionales

10 Protocolo, eventos institucionales y relaciones públicas en la universidad

10.1. Fundamentos del protocolo universitario: tradición, normativa vigente y ceremonial académico
10.2. Organización de eventos institucionales como herramienta estratégica de comunicación
10.3. Relaciones institucionales con administraciones públicas, empresas y sociedad civil
10.4. La comunicación en el ámbito de las relaciones internacionales de la universidad
10.5. Mecenazgo, fundraising y comunicación estratégica con donantes y entidades patrocinadoras

Temario

11 Evaluación, medición de resultados y mejora continua de la comunicación institucional universitaria

11.1. Modelos y marcos de referencia para la evaluación de la comunicación institucional
11.2. Herramientas y técnicas de medición cuantitativa y cualitativa
11.3. Elaboración de informes y cuadros de mando para la rendición de cuentas
11.4. Benchmarking y análisis comparativo con otras universidades nacionales e internacionales
11.5. Innovación y tendencias emergentes en comunicación institucional universitaria

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06

Contenidos actualizados

Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07

El curso, por escrito

Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08

Autónomo, pero acompañado

Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09

Enseñanza adaptada

Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10

Estudio sencillo e intuitivo

Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

