



**DIPLOMATURA INTERNACIONAL
EN RELACIONES PÚBLICAS Y MARCA TERRITORIO**

Escuela de Gobierno

Secretaría de Extensión

UNIVERSIDAD DE LA MARINA MERCANTE

Director de la Diplomatura Dr. Cristian Baquero Lazcano

Título Diplomado/a Internacional en Relaciones Públicas y Marca Territorio

Fundamentación

En un entorno globalizado y altamente competitivo, las ciudades, regiones y países necesitan gestionar estratégicamente su identidad y reputación para atraer inversiones, turismo y talento. La imagen territorial influye significativamente en el desarrollo económico, social y cultural, convirtiéndose en un activo estratégico para gobiernos y comunidades.

Esta diplomatura adopta un enfoque integral e interdisciplinario, combinando conocimientos avanzados de relaciones públicas, comunicación institucional y place branding. Los participantes aprenderán a desarrollar e implementar estrategias eficaces para fortalecer la identidad territorial, mejorar la percepción internacional y gestionar la reputación pública de manera efectiva.

El programa analiza experiencias exitosas y casos de estudio internacionales que ilustran cómo un manejo profesional y estratégico puede transformar positivamente el posicionamiento y desarrollo de un territorio.

Marco Regulatorio Ley de Educación Superior N° 24.521.

Ubicación de la Carrera en la estructura institucional e infraestructura necesaria

Diplomatura Internacional virtual permanente, dictada mediante plataforma educativa con recursos digitales disponibles. Se requiere infraestructura tecnológica adecuada para garantizar clases sincrónicas y asincrónicas con acceso continuo a material didáctico digitalizado. El mínimo de inscriptos para apertura de la Diplomatura es de 25 alumnos.

Objetivos (generales y específicos)

La diplomatura busca formar profesionales capaces de liderar estratégicamente la gestión de marcas territoriales. Sus objetivos específicos son:

1. Comprender conceptos avanzados en relaciones públicas y place branding para gestionar la identidad territorial.
2. Promover un enfoque integral y multidisciplinario en la comunicación institucional y territorial.
3. Desarrollar competencias para realizar investigaciones aplicadas en place branding y comunicación estratégica.
4. Implementar estrategias digitales innovadoras para la promoción y posicionamiento territorial.
5. Capacitar en técnicas avanzadas de gestión de crisis y reputación para territorios.
6. Analizar experiencias internacionales destacadas y extraer aprendizajes prácticos aplicables en diversos contextos territoriales.

Destinatarios, condiciones de ingreso y admisión

La diplomatura está dirigida a un amplio público interesado en branding territorial y relaciones públicas:

- Profesionales de áreas de comunicación institucional, relaciones públicas, marketing, turismo y gestión pública.
- Líderes y funcionarios de gobiernos locales, regionales y nacionales involucrados en la promoción territorial.
- Consultores, asesores y emprendedores interesados en el desarrollo de marca país, ciudad o región.
- Estudiantes avanzados de carreras afines que busquen especializarse en la gestión estratégica territorial.

Los interesados deberán contar con título de grado o pregrado de una universidad nacional o extranjera reconocido por las autoridades competentes; DNI o pasaporte, Curriculum Vitae y completar el formulario institucional de inscripción y admisión.

Titulación que otorga Diplomado/a Internacional en Relaciones Públicas y Marca Territorio

Vinculación y articulación La Diplomatura Internacional en Relaciones Públicas y Marca Territorio se articula con carreras de grado y posgrado en disciplinas afines, permitiendo generar convenios con instituciones académicas nacionales e internacionales para facilitar estudios posteriores y complementariedad académica.

Perfil del graduado El egresado será capaz de liderar y gestionar proyectos integrales de comunicación y branding territorial, aplicando estrategias avanzadas para mejorar la imagen pública y la reputación de territorios, potenciando su desarrollo económico y social en un contexto global.

Metodología, modalidad de cursada, fechas y horarios La diplomatura combina enfoques teóricos y prácticos mediante:

- Clases magistrales y seminarios con expertos internacionales.
- Análisis de casos nacionales e internacionales de éxito y fracaso en branding territorial.
- Talleres prácticos, simulación de escenarios y resolución de casos reales.
- Trabajo final integrador aplicado a un territorio específico.

La modalidad es virtual. Las clases serán sincrónicas quincenales complementadas con actividades asincrónicas.

Fecha estimativa de inicio y duración:

- Inicio: Julio de 2025

- Finalización: Noviembre de 2025 (Duración: 5 meses)

Requisitos mínimos para la aprobación El alumnado deberá contar con un 75% de asistencia a las clases virtuales, aprobar evaluaciones continuas y obtener una calificación mínima de 7 puntos en los módulos y el Trabajo Final Integrador.

Modalidad de evaluación Las evaluaciones serán individuales, incluyendo trabajos prácticos, análisis de casos, coloquios, monografías y el desarrollo y defensa virtual de un Trabajo Final Integrador.

Plan de estudios

Asignatura	Horas
Fundamentos de las Relaciones Públicas	25
Comunicación Estratégica y Gestión de Imagen	25
Identidad, Marca y Territorio	25
Place Branding y Estrategias Avanzadas	25
Proyecto Integrador y Conversatorio Internacional	20
Total horas	120

Contenidos Mínimos de las Asignaturas

- **Fundamentos de las Relaciones Públicas:** historia y evolución, gestión estratégica de públicos, comunicación interna y externa.
- **Comunicación Estratégica y Gestión de Imagen:** estrategias avanzadas de comunicación, gestión de crisis, reputación digital y territorial.
- **Identidad, Marca y Territorio:** conceptualización y desarrollo de marca territorial, comunicación visual y verbal, factores clave en branding territorial.
- **Place Branding y Estrategias Avanzadas:** estrategias avanzadas, diplomacia pública, inteligencia económica, marketing digital territorial.
- **Proyecto Integrador y Conversatorio Internacional:** aplicación práctica, presentación y defensa de proyectos territoriales, análisis comparativo internacional.

Trabajo Final Integrador: investigación aplicada en branding territorial, con defensa ante comité académico internacional.

NO COPIAR