



# Comunicación Corporativa y Marketing Digital

## El graduado de esta especialidad será un profesional que:

- Forma equipos de trabajo multidisciplinario y los lidera hacia el logro de objetivos comunes..
- Gestiona proyectos ejerciendo un liderazgo transformacional en su grupo de trabajo.
- Trabaja en actividades grupales de manera efectiva.
- Conoce y aplica estrategias de negociación y solución de conflictos surgidos al interior de los equipos.
- Identifica, plantea y resuelve problemas de la carrera de manera creativa.
- Toma decisiones en una situación de estudio de casos, analizando y utilizando los sistemas de información existente.
- Analiza situaciones dadas, identifica áreas problemáticas, cuellos de botella, puntos de control y presenta alternativas de solución.
- Aplica técnicas estadísticas para el análisis de datos, indicadores de gestión para la toma de decisiones.
- Comprende y acepta la responsabilidad ética, legal y social de la profesión Identifica la responsabilidad social de una organización frente a sus clientes, proveedores, y otros stakeholders.
- Demuestra disposición a actuar de acuerdo con los valores morales y la ética profesional.
- Reconoce aspectos éticos de un problema e identifica las consecuencias de acciones y decisiones.
- Comunica de manera efectiva ideas, planes y proyectos de marketing y comerciales a diferentes audiencias tanto en forma oral como escrita, en español e inglés.
- Hace presentaciones efectivas utilizando un software adecuado y normas, simbología y terminología propias de la carrera.
- Comprende y maneja conceptos e instrumentos matemáticos y científicos básicos de la carrera.
- Comprende los fundamentos teóricos de la administración y el marco legal que regula el funcionamiento de las empresas.
- Comprende los fundamentos de las comunicaciones y del marketing y aplica conceptos básicos en la toma de decisiones, para el planeamiento y desarrollo de estrategias, acciones tácticas y operativas de la gestión en entornos locales y globales.
- Conoce el proceso administrativo y la relación del marketing con las áreas funcionales de la organización.
- Comprende el proceso de administración estratégica y diseña planes operativos relacionados a las comunicaciones y al marketing por medio digitales.
- Diseña objetivos y estrategias de segmentación y posicionamiento corporativo para organizaciones determinadas.
- Desarrolla, ejecuta y evalúa investigaciones de mercado que pueden constituir oportunidades de negocios.
- Diseña, crea y evalúa estrategias y contenidos de comunicación multimedia para organizaciones determinadas.
- Diseña y aplica estrategias de fidelización del cliente.
- Analiza el impacto de los distintos factores de la globalización en los individuos, organización y sociedad.
- Es consciente de la importancia de la interculturalidad en la gestión de negocios y es capaz de trabajar en equipos interculturales.

- Identifica las oportunidades y desafíos que la globalización presenta a las empresas y su impacto en los mercados.
- Demuestra destrezas analíticas y de pensamiento crítico en el análisis de información y en el planeamiento y evaluación de soluciones
- Selecciona información de distintas fuentes, la evalúa, analiza, interpreta e integra.
- Expresa sus puntos de vista, fundamenta y defiende su posición sobre un tema determinado.