

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE DEL TFM DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y ESTRATEGIAS DIGITALES

Competencias o capacidades

COM1. Analizar, sintetizar y organizar un gran volumen de información orientada a la toma de decisiones de marketing con pensamiento crítico, ética y transparencia.

COM2. Tomar decisiones y resolver problemas complejos de marketing mediante procesos éticos y participativos.

COM3. Trabajar en equipo en proyectos de marketing, asumiendo compromisos democráticos y responsabilidades para alcanzar objetivos comunes.

COM4. Argumentar de forma crítica y autocrítica en torno a decisiones y estrategias de marketing, respetando el pluralismo y la libertad de expresión.

COM5. Defender un punto de vista profesional apreciando las bases de otras perspectivas en el ámbito del marketing, fomentando el diálogo y la tolerancia.

COM7. Aprender de forma autónoma para actualizar conocimientos y competencias en marketing, con pensamiento crítico y ética.

COM8. Emitir informes de asesoramiento y redactar proyectos sobre situaciones comerciales de empresas y mercados, con transparencia y rigor democrático.

COM9. Derivar de datos información de marketing relevante imposible de reconocer por no profesionales, respetando la protección de datos y la privacidad personal.

COM10. Capacidad de transformar los conocimientos teóricos obtenidos en un entorno académico en competencias profesionales útiles en el contexto empresarial, con ética y responsabilidad social.

COM11. Promover la igualdad de género y la prevención de las violencias sexuales en el ámbito del marketing y la comunicación digital, fomentando entornos profesionales seguros, inclusivos y respetuosos, y desarrollando actitudes de corresponsabilidad, respeto y compromiso ético en la toma de decisiones y liderazgo.

COM12. Identificar y analizar estereotipos de género en las estrategias de marketing y comunicación, aplicando una perspectiva ética e inclusiva en el diseño, ejecución y evaluación de campañas para evitar discriminaciones y fomentar la diversidad.

Habilidades o destrezas

HA3. Definir soluciones innovadoras basadas en el comportamiento del consumidor y el análisis de la competencia, respetando la creatividad y el diálogo plural.

HA4. Aplicar técnicas de optimización para decisiones de marketing con transparencia y responsabilidad social.

HA5. Diseñar y ejecutar campañas de marketing digital efectivas que respeten la pluralidad, la ética y la inclusión comunicativa.

HA6. Gestionar campañas publicitarias y medir su eficacia, garantizando la transparencia y la equidad en la comunicación.

HA7. Aplicar la optimización de relaciones y logística en ventas tradicionales y online con equidad, ética y corresponsabilidad.

HA8. Gestionar relaciones con clientes y optimizar CLV promoviendo la inclusión y el respeto a la diversidad de usuarios.

HA9. Aplicar correctamente la legislación relacionada con marketing, respetando los derechos fundamentales y la cultura de la legalidad.

HA10. Identificar las posibles estrategias adaptadas a mercados globales con enfoque intercultural y de no discriminación.

HA11. Definir el uso de herramientas digitales, aplicando tecnologías emergentes para la mejora de la eficiencia empresarial y la toma de decisiones basada en datos con responsabilidad ética y protección de datos.

HA12. Implementar tecnologías innovadoras en la definición y evaluación de las estrategias de marketing con sostenibilidad y responsabilidad ética.

HA13. Utilizar el análisis de datos y *machine learning* en la definición y evaluación de las estrategias de marketing con responsabilidad ética y protección de datos.

HA14. Defender, tanto de forma oral como escrita, cualquier temática profesional del ámbito del marketing con respeto a la pluralidad y diversidad de opiniones.

HA15. Aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje en el área de marketing, con pensamiento crítico y responsabilidad ética.