

PROGRAMA  
ESPECIALIZADO

# GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA



VIRTUAL

DEL 27 DE FEBRERO AL 4 DE NOVIEMBRE DE 2025  
MARTES Y JUEVES DE 19.00 A 22.00 HORAS  
SABADO DE 9.00 A 12.00 HORAS (3 FECHAS)

# EDUCACIÓN



# EJECUTIVA

## **SOBRE EL PROGRAMA**

El programa resalta el papel estratégico que la comunicación corporativa cumple hoy en el desarrollo de las organizaciones. En un entorno cada vez más cambiante e incierto, el estrategia de comunicaciones asume un rol integrador; por eso, este programa integral, que conjuga el estudio teórico y la aplicación práctica, es ideal para profesionales de todas las especialidades que busquen una actualización académica, próxima a la casuística ideal y con énfasis en habilidades gerenciales. El programa les permitirá potenciar la comunicación a través de estrategias eficaces y poderosas para la consolidación de la identidad y la imagen organizacional.

**Modalidad:** Virtual

**Duración:** Del 27 del febrero al 4 de noviembre de 2025

**Frecuencia:** Martes y jueves de 19.00 a 22.00 horas  
Sábado de 09.00 a 12.00 horas (3 fechas)\*

(\*) Solo tres sesiones se realizarán los sábados de 9.00 a 12.00 horas en la modalidad presencial. Véase el calendario académico.



## Gestiona estratégicamente la comunicación corporativa en cualquier tipo de organización

### ► RESPALDO ACADÉMICO Y METODOLÓGICO

Contamos con el respaldo de la Facultad de Comunicación, creada en 1972, pionera en el país y acreditada por el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC).

### ► PROYECTO INTEGRADOR

Realizarás un proyecto integrador transversal a todos los cursos, donde crearás un plan de comunicación corporativa de la empresa que los alumnos elijan. Este será asesorado por la coordinador del programa.

### ► CONVALIDACIÓN

Convalida hasta seis créditos en la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima. Ello está sujeto al cumplimiento de los requisitos de admisión, indicados por la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima<sup>1</sup>, y a los de convalidación<sup>2</sup> al momento de inscribirse en este programa.

## Todas nuestras sesiones serán grabadas y estarán disponibles en el Aula Virtual. Además, contarás con beneficios Ulima

### ► SESIONES GRABADAS

Todas nuestras sesiones virtuales serán registradas en video y estarán disponibles en el Aula Virtual hasta 45 días después de culminado el programa.

### ► SEGUIMIENTO ACADÉMICO Y TUTORÍA

El coordinador monitorea a los docentes y está informado del rendimiento académico de los alumnos. El tutor, por su lado, vela por el cumplimiento de las actividades de evaluación y la asistencia de los alumnos; además, les brinda orientación acerca del uso del Aula Virtual Ulima y la plataforma Zoom Ulima.

### ► ACCESO A NUESTRA BIBLIOTECA

Tendrás acceso a los recursos de información de nuestra biblioteca (una de las más modernas de Latinoamérica) en sus diferentes modalidades: electrónicos y audiovisuales.<sup>3</sup>

### ► ACCESO ONLINE A ULIMA LABORAL

Accederás a nuestra bolsa de trabajo, donde se publican 18 000 vacantes al año y es utilizado por más de 8400 asociados para el reclutamiento de su personal.<sup>3</sup>

(1) Entrar al siguiente enlace: <https://www.ulima.edu.pe/posgrado/maestrias/mcgc>

(2) Haber obtenido 14 como nota mínima en los cursos a convalidar. Asimismo, el plazo de convalidación es hasta 2 años luego de haber culminado el programa de especialización.

(3) El acceso es válido hasta 30 días calendarios después de haber culminado el programa.

## Conferencias internacionales

A cargo de líderes de opinión en áreas específicas de la comunicación corporativa, para conocer de cerca la experiencia, logros y obstáculos de los casos de éxito más relevantes de la actualidad local e internacional.

## Talleres presenciales

Con el objetivo de complementar las asignaturas centrales, participarás en talleres presenciales acerca de gestión del cambio y de *future thinking*.

## Certificación que abre las puertas de tu futuro

### ► CERTIFICACIÓN

Los alumnos que hayan aprobado todas las asignaturas recibirán el Diploma de Especialización Avanzada en Gestión Estratégica de la Comunicación Corporativa otorgado por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. También recibirán el certificado de estudios respectivo. Ambos documentos con firmas digitales tienen valor legal, de acuerdo a la Ley de Firmas y Certificados Digitales, Ley N.º 27269. El diploma incluye un código QR para comprobar su autenticidad. Luego de 45 días hábiles de culminado el programa, ambos documentos serán enviados al correo registrado al momento de su inscripción.

## Vivirás la experiencia Ulima junto a destacados profesionales

### ► TEAM BUILDING

Al inicio del programa, participarás de nuestro *team building*, donde se realizan dinámicas grupales, cuyo propósito es desarrollar vínculos en el grupo y *networking*, que faciliten su desempeño durante el programa de especialización.\*

### ► NETWORKING

Amplía tu red de contactos junto a profesionales pertenecientes a diversas áreas del sector público y privado.

### ► DOCENTES PRACTITIONER

Plana docente *practitioner*, reconocidos por su liderazgo en la generación de metodologías y modelos de la comunicación corporativa.

### ► DIRIGIDO A

Profesionales, ejecutivos y consultores de las áreas de comunicación interna y/o externa, *marketing*, publicidad, periodismo, sostenibilidad y recursos humanos, quienes deseen liderar exitosamente áreas de comunicación corporativa

(\*) Las horas de esta actividad no están consideradas dentro de las horas totales del plan de estudios.





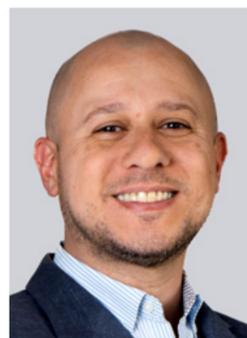
COORDINADOR ACADÉMICO

# Manuel Santillán Vásquez

Consultor con más de 20 años de experiencia en estrategias de comunicación corporativa, *e-learning* y gestión del conocimiento. Ha liderado proyectos en universidades de Perú y Alemania, además de colaborar con organizaciones como GIZ, Federación Internacional de la Cruz Roja y The Walt Disney Company Germany. Miembro de redes internacionales como ORBICOM y RedLAco. Ph.D. Doktor der Philosophie por Viadrina Universität (Alemania). Magíster en Ciencias de la Comunicación por Ludwig Maximilian Universität (Alemania) y comunicador por la misma casa de estudios.

**NOTA:**

Los docentes que, por algún imprevisto, no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.



DOCENTE

## Carlos Balcázar Martín

Gerente general de Canvas Consultora, empresa especializada en procesos de aceleración y desarrollo del capital humano, y director para Perú de ECOA (Escuela de Coaching Ontológico Americano). Más de 22 años de experiencia en consultorías relacionadas con liderazgo, planeamiento estratégico y marketing para empresas en Argentina, Perú, Bolivia, Estados Unidos, México y Francia. Ha desarrollado capacitaciones y consultorías para empresas como Primax, Pecsca, el Banco Central de Reserva, Grupo CENCOSUD. Doctorando en Administración Estratégica por la Universidad Tecnológica Latinoamericana (México). Magíster en Dirección Estratégica de Marketing por la Universidad de León (España) y en Dirección de Comunicación Corporativa por la Universidad de Barcelona (España). *Coach* certificado, nivel de equipos y ejecutivo por LATAM Coaching Network - IAC (International Association of Coaching). Especialización en Innovación por la Universidad de Pensilvania (Estados Unidos). Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Quilmes (Argentina).



DOCENTE

## Sofía Córdoba Novoa

Consultora en comunicación estratégica corporativa, con 20 años de experiencia en más de 150 organizaciones públicas y privadas de Latinoamérica y Estados Unidos, en las que se ha desempeñado como gerente y consultora de comunicaciones. Especialista en liderazgo, inteligencia comunicacional, comunicación interna, relaciones públicas e imagen corporativa. Magíster en Dirección Estratégica y Liderazgo por Centrum PUCP. Especializaciones en Comunicación Organizacional por la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia y en Dirección Estratégica y Liderazgo por el IE Business School (España). Certificaciones en TESOL por la Oxford University, en Mentoría de Propósito y Vida por la Universidad Hispana de Mentoría de Miami (Estados Unidos), en Coaching por el Instituto Latinoamericano de PNL y en Diseño Instruccional y Change Management por ATD Education. Comunicadora social y periodista por la Universidad Central (Colombia).



DOCENTE

## Álvaro Gómez García

Líder de Cultura, Comunicación Interna y Gestión del Cambio en Bancom Perú. Más de 20 años de trayectoria profesional en comunicaciones, recursos humanos, cultura, *engagement* y experiencia del colaborador en empresas multinacionales de los sectores minero y financiero, tales como Scotiabank, Interbank y Hochschild Mining. Reconocimientos en ránquines como GPTW, Ranking PAR y Merco Talento. Magíster en Innovación y Emprendimiento por la Universidad de Barcelona, a través de OBS (España), y en Gestión Estratégica del Factor Humano por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Coach ontológico por Team Power Institute (México). Especializaciones en Comunicación e Identidad Corporativa por la Universidad de Lima y en Business Management por ESAN. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima.



DOCENTE

## Enrique Lizarzaburú Velásquez

Asesor de empresas privadas y públicas. Más de 40 años de experiencia en el desarrollo de estrategias de *marketing* y publicidad en agencias de publicidad en Lima, Chicago y Ciudad de México. Ha sido director general de cuentas para Latinoamérica para marcas de consumo masivo de Procter & Gamble. Docente experto en temas de *marketing*, publicidad y gestión empresarial. Magister en Administración y licenciado en Administración por la Universidad del Pacífico.



DOCENTE

## Antonio Rojas Delgado

Director comercial de Presidente, agencia de contenidos para espacios digitales. Business Advisor, emprendedor y especialista en *marketing* digital con más de 23 años de experiencia. Ha realizado emprendimientos como Brillo Extremo, T-imprimo y Petizos Shop, relacionados con la industria automotriz, impresiones a domicilio y retratos creativos para mascotas, respectivamente. Fue director comercial de Atomikal. Fundador de la central de medios digital La Mediática. Socio, fundador y director, por más de 15 años, de Ariadna Perú (parte de Ariadna Communications Group, con presencia en 13 países), agencia que contribuyó a la madurez digital de marcas importantes en el medio. Ha escrito más de 40 artículos de opinión relacionados con la industria digital. MBA por la Universidad Tecnológica del Perú. Especialización en Publicidad y Planeamiento de Marcas por la Escuela de Creativos (Argentina). Bachiller en Ingeniería Informática por la Pontificia Universidad Católica del Perú.



DOCENTE

## Miguel Ugaz Gaviño

Director del Content Lab del Grupo El Comercio. En los últimos 20 años, ha liderado equipos de comunicaciones y marketing para organizaciones locales e internacionales, en las que diseñó, conceptualizó y produjo diversas iniciativas y campañas. Es coautor de *De 0 a 100. Cómo el marketing de contenidos puede acelerar tus resultados de negocio* (2023) y de *Los Influencers* (2024). Ganador de los premios International News Media Association 2024, por mejor uso de formatos publicitarios, del Best in show Latam y de Creatividad Empresarial 2009 y 2010. Comunicador social por la Universidad de Lima.

**NOTA:**

Los docentes que, por algún imprevisto, no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.



DOCENTE

## Diego Vegas La Rosa

Líder de Tribu de Renta Alta y Cuenta Sueldo en Interbank y, anteriormente, gerente de División de Canales Digitales en la misma empresa. Consultor sénior en innovación y transformación digital. Se desempeñó como gerente corporativo de Tecnología Digital en Belcorp y asumió cargos gerenciales en las áreas de transformación digital, *business intelligence*, *digital analytics* e inteligencia continua. MBA por Cornell SC Johnson College of Business. Máster en Digital Business Management por la OBS Business School, en convenio con la Universidad de Barcelona. Especialización en Finanzas Corporativas por la Universidad ESAN. Ingeniero industrial por la Universidad de Lima.



DOCENTE

## Eduardo Venegas Villanueva

Gerente corporativo de Comunicación y Sostenibilidad en Industrias San Miguel, donde vela por la reputación corporativa, la sostenibilidad y la gestión de crisis en las sedes de Perú, Chile, República Dominicana, Brasil, Guatemala y Haití. Tiene 18 años de experiencia profesional en comunicación corporativa, sostenibilidad y periodismo. Se ha desempeñado en puestos directivos en las áreas de comunicación corporativa de Fundación Romero, Baella Consulting y la Universidad de Piura. Fue reportero de los dominicales *Punto final* (Latina) y *Día D* (ATV). Magíster en Comunicación Estratégica de las Organizaciones por la Universidad de Piura; en Responsabilidad Social y Liderazgo Sostenible; y en Innovación y Emprendimiento por la Universidad de Barcelona (España). Especialización en Economía Circular por la Universidad de Berkeley (Estados Unidos). Docente RENACYT. Comunicador por la Universidad de Piura.



DOCENTE

## Juan Zegarra Salas

Gerente de Asuntos Públicos y Comunicación Corporativa en Telefónica del Perú. Ejerció durante más de 20 años el periodismo y ocupó diferentes cargos, entre ellos, el de editor de economía para el diario El Comercio y de política para La República. Docente universitario en cursos de comunicación estratégica. Magíster en Comunicación Estratégica de las Organizaciones por la Universidad de Piura, y en Ciencias Políticas y Gobierno por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Comunicador y egresado de Literatura Hispánica por esta última casa de estudios.

**NOTA:**

Los docentes que, por algún imprevisto, no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.



# Plan de estudios

	MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3
TEAM BUILDING <sup>1</sup>	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA [18 HORAS SINCRÓNICAS] [6 HORAS ASINCRÓNICAS]	IMAGEN Y REPUTACIÓN CORPORATIVA (2 CRÉDITOS) <sup>2</sup> [32 HORAS SINCRÓNICAS]	COMUNICACIÓN DIGITAL [24 HORAS SINCRÓNICAS]
	COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA (2 CRÉDITOS) <sup>2</sup> [32 HORAS SINCRÓNICAS]	VOCERÍA Y RELACIONAMIENTO CON MEDIOS (2 CRÉDITOS) <sup>2</sup> [32 HORAS SINCRÓNICAS]	COMUNICACIONES DE MARKETING [24 HORAS SINCRÓNICAS]
	TALLER GESTIÓN DEL CAMBIO [8 HORAS SINCRÓNICAS]	FINANZAS PARA COMUNICADORES [15 HORAS SINCRÓNICAS] [1 HORA ASINCRÓNICA]	TALLER FUTURE THINKING [8 HORAS SINCRÓNICAS]
DESARROLLO DE PROYECTO INTEGRADOR			[12 HORAS SINCRÓNICAS] [28 HORAS ASINCRÓNICAS]
[DURACIÓN: 8 MESES APROXIMADAMENTE]			[TOTAL: 240 HORAS]

(<sup>1</sup>) En este taller se realizan una serie de dinámicas grupales, cuyo propósito es desarrollar vínculos y una red de contactos que faciliten el desempeño del participante durante el programa. Se lleva a cabo en un mismo día y de manera presencial en las instalaciones de la Universidad de Lima. Tiene una duración de 3 horas adicionales a las consideradas en el plan de estudios del programa.

(<sup>2</sup>) Estas asignaturas pueden convalidar la cantidad de créditos que se indica en el cuadro anterior, siempre y cuando el participante cumpla con los requisitos de admisión de la Maestría en Comunicación y Gestión de Contenidos de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima.

# Módulo 1

## ▶ PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La asignatura teórico-práctica desarrolla el proceso metodológico para el diseño de un plan estratégico de comunicación corporativa que responda a la realidad organizacional y a sus retos y desafíos a corto, mediano y largo plazo. De esta manera, los participantes logran gestionar con éxito los procesos comunicacionales involucrados en las interacciones permanentes con todas las audiencias de interés o *stakeholders*.

## ▶ COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA

La asignatura centra su atención en la comunicación interna, entendida como eje fundamental para la construcción de una cultura organizacional coherente y sostenible en el tiempo. Se presentarán conceptos temáticos y, a través de casos prácticos, se reflexionará sobre la importancia de informar, vincular e integrar a los colaboradores con las metas estratégicas de la organización para la consolidación cultural.

## ▶ TALLER GESTIÓN DEL CAMBIO

El taller tiene como objetivo que los participantes identifiquen las claves para hacer frente a la gestión del cambio dentro de las organizaciones. Se conocerán las herramientas para vencer las posibles resistencias al cambio y facilitar el proceso de adaptación e implementación de nuevas prácticas en la empresa.

## ▶ DESARROLLO DE PROYECTO INTEGRADOR

Durante el programa, se planteará el desarrollo de un plan o proyecto de comunicación, con el objetivo de aplicar los conocimientos y las herramientas que se presentan en los cursos, el mismo que debe ser propuesto con base en una investigación real y un planteamiento viable. El enfoque de la asignatura es 100 % práctico y cubre todos los elementos clave para el diseño y desarrollo de la asignación. Incluye sesiones de asesoría para revisar, validar y ajustar los avances.

# Módulo 2

## ▶ IMAGEN Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

La asignatura se fundamenta en la responsabilidad que asume el comunicador corporativo en la gestión eficiente de la imagen, que se define por la percepción que los *stakeholders* construyen acerca de la organización. La administración estratégica de la imagen corporativa permite que se construya una reputación favorable. Hoy en día, la reputación es el principal valor intangible para las organizaciones. En ese sentido, se desarrollarán contenidos relacionados con el rol de ciudadano corporativo que asumen las organizaciones en el contexto actual.

## ▶ VOCERÍA Y RELACIONAMIENTO CON MEDIOS

La asignatura tiene como objetivo lograr que los participantes afronten con solvencia cualquier circunstancia frente a los medios de comunicación, especialmente aquella que signifique un momento crítico para la organización. Se ahondará en el rol del vocero, específicamente se trabajará el manejo de entrevistas de manera adecuada, las formas de responder a diversos tipos de preguntas y otras claves de relacionamiento. Esta asignatura, eminentemente práctica, desarrollará las técnicas para diseñar de manera eficiente los mensajes que se deben transmitir a los medios de comunicación.

## ▶ FINANZAS PARA COMUNICADORES

Este curso tiene como propósito lograr que el alumno reconozca, de manera integral, la dinámica de algunos indicadores financieros; de tal manera que cuenten con la información y las herramientas necesarias para la toma de decisiones.

El curso empieza con la introducción a los estados financieros para ahondar en el lenguaje y la terminología de la administración financiera. Luego, se presentan los indicadores más importantes, junto con el análisis de las principales decisiones financieras que se toman con base en estos, y, finalmente, el presupuesto con los pasos clave para su elaboración.

# Módulo 3

## ▶ COMUNICACIÓN DIGITAL

La asignatura tiene como objetivo proporcionar los elementos necesarios para la gestión y el monitoreo eficiente de la comunicación digital en los espacios de interacción social más comunes. Se ahonda en la gestión y medición de la comunicación interactiva, dotando a los participantes de herramientas y conocimientos relacionados con el posicionamiento web, SEO, SEM, Analytica, así como en la elaboración de indicadores y métricas para las redes sociales más recurrentes y emergentes según los objetivos corporativos.

## ▶ COMUNICACIONES DE MARKETING

La asignatura tiene por objetivo presentar las herramientas para desarrollar un programa integrado de comunicación de *marketing*, con el fin de promover el producto o servicio ofrecido al mercado de manera efectiva y generar relaciones a largo plazo con el cliente. De esta manera, se integrarán estrategias y enfoques novedosos de alto impacto que respondan a las necesidades explícitas y tácitas del cliente. Asimismo, se orientará la integración de los dos campos, comunicación y *marketing*, con la finalidad de generar sinergias que aporten a la credibilidad y confianza social del mercado en la organización.

## ▶ TALLER FUTURE THINKING

El taller proporciona herramientas que permiten identificar tendencias mediante la recopilación, selección y organización de información. Asimismo, se desarrollarán técnicas de *storytelling*, pensamiento visual, creación de prototipos y diseño de estrategias de comunicación.

# Inversión

Público en general .....	<b>S/ 12 500*</b>
Pronto pago y exalumnos del Consorcio de Universidades .....	<b>S/ 11 250</b>
Cliente frecuente y docentes Ulma .....	<b>S/ 10 625</b>
Alumnos y egresados Ulma .....	<b>S/ 9375</b>

## ▶ EMPRESAS E INSTITUCIONES

Tarifa corporativa (Dos o más participantes) .....	<b>S/ 11 250</b>
Convenios corporativos .....	<b>S/ 10 625</b>

## ▶ FINANCIAMIENTO

Directo con la Universidad de Lima:

25% de cuota inicial

Saldo hasta en 6 cuotas sin intereses (previa calificación)

## ▶ DESCUENTOS

(\*) Consulta por el financiamiento directo, así como por nuestras opciones de descuento. Los descuentos no son acumulables.

Pago en cuotas sin intereses con tarjeta de crédito Interbank (hasta 12 meses), BCP (hasta 12 meses), BBVA (hasta 9 meses) y Diners Club (hasta 9 meses).

Conoce más opciones de pago [aquí](#).

**NOTA 1:** En el caso de los graduados de la Universidad de Lima, prevalece la tarifa de exalumno.

**NOTA 2:** Las anulaciones de inscripciones o cambios de participantes se deberán realizar dos días útiles antes de la fecha de inicio del programa. Para ello, deberá enviar una carta con la solicitud correspondiente. En caso contrario, la Universidad de Lima no aceptará modificaciones en el proceso de inscripción.

# Admisión

## ▶ REQUISITO

- Diploma de bachiller o título universitario\*
- Acreditar, como mínimo, dos años de experiencia laboral en áreas de comunicación, prensa, imagen institucional, publicidad y *marketing*, recursos humanos o responsabilidad social.

**Para postular, debes presentar los siguientes documentos de manera online:**

- Ficha de inscripción.
- DNI en copia simple o escaneada.
- *Curriculum vitae* no documentado.
- Documento que acredite una experiencia laboral de dos años como mínimo.
- Una fotografía a color, tamaño pasaporte, con fondo blanco, sin anteojos y con vestimenta formal (caballeros en ternosaco, camisa y corbata, y damas en sastre: blusa y saco). La foto es indispensable para la emisión del diploma.
- Documento de admisión "Primera evaluación" debidamente diligenciado.

## ▶ PROCESO



(\*) Para los casos que no estén registrados en Sunedu, se requiere copia del diploma de grado o título universitario certificada por un notario o por el secretario general de la universidad de origen. Los documentos emitidos en el extranjero deberán ser sellados y firmados por el Consulado del Perú en el país de origen, y visados por el Ministerio de Relaciones Exteriores en el Perú. Cuando corresponda, se debe seguir el trámite de la apostilla de La Haya.

LA GARANTÍA EDUCATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE LIMA

62

años de prestigio y reconocimiento formando líderes que transforman y mejoran el país.

+130

convenios internacionales para crecer en entornos globales y expandir tu red de contactos.

50 000

egresados trabajan en las principales empresas e instituciones del país.

95%

de egresados trabajan antes de cumplir un año de egreso y están entre los mejor remunerados a nivel nacional.

LA GARANTÍA DE NUESTRA EDUCACIÓN EJECUTIVA

+25

años de experiencia especializando a profesionales.

+30000

empresas del sector público y privado han confiado en nosotros.

+90%

de nivel de satisfacción de nuestros egresados.

ACCESO A ULIMA LABORAL

18 000

vacantes son publicadas al año

+84000

empresas de primer nivel la utilizan para reclutar personal.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON RECONOCIDAS INSTITUCIONES



El aprendizaje obtenido en este programa ha sido fundamental en mi desarrollo profesional.

Desde el campo de la comunicación corporativa podemos aportar significativamente a las marcas en la construcción y cuidado de su reputación. En ese sentido, este Programa me ayudó a ser más precisa y efectiva en las estrategias que propongo para lograr un mayor impacto de las marcas con las que trabajo. Ha sido una experiencia enriquecedora por todos los conocimientos compartidos, la excelencia de los docentes, y todas las perspectivas compartidas por mis compañeros en clases.



**Maria Fernanda Cabrera Murillo**  
Marketing & PR Coordinator Attach  
Egresada del Programa 2024



**SOMOS EL CAMBIO, ESPECIALÍZATE**

INFORMES E INSCRIPCIONES

(01) 4376767 - Anexo 30159  
educacionejecutiva@ulima.edu.pe

📌 EducacionEjecutivaUlima  
📍 educacionejecutiva\_ulima  
📄 educacionejecutivaulima