Publicado en Internacional el 16/11/2020

Crece la demanda de estudios de marketing digital, la publicidad de la era de la compra-venta electrónica

El auge de la comunicación on line está haciendo aumentar el interés por una herramienta cada vez mejor valorada como salida profesional. El marketing digital y el comercio electrónico se imponen como estrategias publicitarias del presente y con proyección de futuro. Formarse en ellas es la clave para dominarlas. A través de OTONAUTA se puede acceder de manera útil, rápida y sencilla a información sobre las opciones de estudios en este ámbito, entre las que destaca el máster en marketing digital on line

Saber vender y posicionar un producto o servicio en los medios y canales de Internet, de la manera más eficaz posible y con el mejor conocimiento del cliente al que se pueda aspirar. Eso es el marketing digital. La publicidad del presente y del futuro, cada vez más demandada como salida profesional. Se está en la era de la compra-venta y de la comunicación electrónicas, en un momento en que, más que nunca, redes sociales, páginas web y aplicaciones móviles forman parte de la vida cotidiana; y eso está haciendo crecer el interés por formarse en este ámbito. Las opciones son muchas y muy diversas: máster, curso, licenciatura o posgrado en marketing digital. En estudios presenciales, semipresenciales, a distancia o de manera telemática. Y, entre ellas, se impone el máster on line como elección más demandada, al garantizar la formación más avanzada y especializada en esta salida profesional.

Formarse en marketing digital garantiza el aprendizaje y dominio de estrategias hoy imprescindibles para optimizar la visibilidad on line, como SEO, SEM o el Social Media Marketing. También, el conocimiento de la garantía que ofrece en la inversión el performance marketing, la importancia de establecer una comunicación eficaz con el cliente, y de fidelizar esta relación, a través del UX, el email marketing (o e-mailing) y el Mobile Marketing (o marketing móvil). Asimismo, el estudio de esta especialidad publicitaria conlleva la práctica de técnicas de marketing y estrategias publicitarias no intrusivas como el Inbound Marketing, capacita para gestionar la relación con el cliente (CRM) y para dominar software de cara a llevar a cabo acciones de marketing de forma automatizada (marketing automation). Sin olvidar la incidencia del Big Data Marketing para procesar información en grandes volúmenes de datos en tiempo real y analizar así aspectos clave para una marca como el comportamiento de los consumidores, en el que también podrá ahondar quien estudie marketing digital a través del neuromarketing, la ciencia que explora cómo se comporta el cerebro en un proceso de compra.

Todo experto en marketing digital debe conocer cómo funciona una web y cómo, a partir de ella, crear una comunidad virtual en torno a una marca. Un proceso en el que hay que dominar estrategias publicitarias, de social media o branding. Herramientas como Semrush, Facebook Ads, Google Ads o Google Analytics, esenciales para poder posicionar una marca en la Red; y procedimientos como Wordpress, Hubspot o Hootsuite. El e-commerce o comercio electrónico es otro de los pilares del marketing digital en estos tiempos en que cada vez son más las empresas enfocadas a vender sus productos o servicios en el comercio on line.

Entre los programas de máster en marketing digital destacan los que ofrecen actualmente la ESIC, la UNED, la UOC, Aula CM y la UNIR. Formaciones que facultan para ejercer como Director de Marketing Digital, Director de Desarrollo de Negocio Digital, Director de Publicidad, Especialista en Marketing Online, Ejecutivo de Marketing Digital, Especialista en E-Commerce, Director de Innovación Digital, Responsable de E-Business, Director de Comunicación Digital, Customer Relationship Manager o Consultor de Proyectos de Estrategia Digital, entre otros perfiles profesionales.

Los salarios en marketing digital en España oscilan, según datos recabados por IEBS, la Escuela de Negocios e la Innovación y los Emprendedores, entre los 140.000 euros anuales de máximo que se pueden lograr desde el puesto de Digital Director, uno de los perfiles con salario más elevado dentro de las profesiones que engloba el marketing digital y para el que se requieren unos 8 años de experiencia; y los 30.000 euros que gana anualmente un Content Manager, con una experiencia mínima de 3 años. El salario medio anual en varios de los puestos profesionales del marketing digital, como Programmatic Director, Digital Account Director, Digital Manager, Programmatic Manager, E-commerce Manager, Social Media Manager o CRM Manager, es de unos 50.000 euros. Y un E-commerce Director, puesto en el que se requiere una experiencia de 8 años, puede obtener un salario de hasta 80.000 euros anuales.

Para los interesados en saber más, el explorador académico OTONAUTA -OTOnauta.com- permite conocer y comparar los detalles de los principales máster en marketing digital.

Datos de contacto:
Paula Etxeberria Cayuela
649 71 88 24

Nota de prensa publicada en: Internacional

Categorías: Internacional Educación Comunicación Marketing Sociedad E-Commerce Recursos humanos Universidades

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es