

MARKETING DIGITAL:

1. Definición de la carrera

El Marketing Digital es aquél que hace uso de dispositivos electrónicos para atraer a los consumidores. El Marketing Online es uno de sus componentes más importantes.

Hoy en día los medios digitales son parte de las actividades diarias para los vendedores y anunciantes, y las habilidades necesarias para gestionar con éxito y ofrecer comunicaciones digitales son esenciales. El Marketing Digital intenta posicionar diferentes productos en el mercado a través de la promoción realizada con diversos modos de publicidad digital, como ser internet, aplicaciones móviles, televisión, etc. Aparte de utilizar muchas de las técnicas y prácticas contenidas dentro de la categoría del Marketing Online, el Marketing Digital se extiende más allá de esta mediante la inclusión de otros canales que no requieren el uso de Internet.

2. Principales actividades profesionales.

- La elaboración de estrategias para atraer tráfico al sitio web de la compañía.
- El seguimiento de las tasas de conversión y realizar mejoras en el sitio web.
- El desarrollo y la gestión de campañas de marketing digital.
- La supervisión de la estrategia de medios sociales para la empresa.
- La gestión de marca en Internet y las campañas de productos.
- Gestionar el rediseño de la página web.
- Mejora del diseño, el contenido y la conversión de la página web.
- La planificación y el control presupuestario de todo el Marketing Digital.
- La evaluación de los clientes, las condiciones del mercado y los datos de la competencia.
- Revisión de las nuevas tecnologías.

3. Algunas asignaturas importantes del plan de estudios:

Consultar en instituciones donde se dicte la carrera, ya que la oferta académica respecto al Marketing Digital es variada, desde cursos hasta tecnicaturas, licenciaturas y posgrados.

Además es válido aclarar que, muchas de las carreras de Marketing incluyen conocimientos acerca del Marketing Digital.

4. Campo ocupacional y perspectivas laborales.

El campo laboral de alguien que estudia Marketing Digital es amplio. Un gestor del Marketing Digital puede trabajar en una empresa tradicional e impulsar la marca y el producto o servicio de dicha compañía a clientes potenciales, pero además, puede trabajar en empresas que se dedican de manera específica al Marketing Digital. Estas empresas se encargan del posicionamiento de diferentes empresas en el mundo digital.

5. Algunas instituciones donde consultar:

Instituto Sudamericano para la Enseñanza de la Comunicación- ISEC

Escuela Da Vinci de Arte y Diseño Multimedial

Universidad Siglo 21

Teclab Instituto Técnico Superior

Universidad Católica de Córdoba

Universidad Tecnológica Nacional (Centro de e-Learning UTN BA)