

Un postgrado en Marketing Digital para afrontar el futuro

El curso, dirigido por María Antonia García, pretende formar profesionales capaces de ejecutar y liderar el diseño, desarrollo y optimización de campañas en internet. Comienza el 25 de octubre

PV

El postgrado de Marketing Digital y Dirección Comunitaria, que es un título propio de la UIB, alcanza su quinta edición bajo la dirección de la profesora María Antonia García.

"La práctica totalidad de los alumnos que se incorporan a esta iniciativa educativa encuentran trabajo, más del 99%. El mercado ya se ha percatado de que los profesionales que se gradúan están capacitados para responder a las necesidades digitales de las empresas", explica García, que cuenta orgullosa que los alumnos tienen unas prácticas reales en empresa de 237,5 horas. "El futuro es digital. En estos momentos hay más de 2.700 millones de personas conectadas a internet, más de 1.300 millones de usuarios de Facebook, y cada minuto se cuelgan en Youtube 400 horas de vídeo. Este panorama genera la necesidad de nuevos profesionales", asegura.

La máxima responsable del postgrado está convencida de la utilidad de la formación y de que los alumnos salen preparados para afrontar el mundo digital. "Observamos la transición del marketing tradicional al digital, las herramientas que se utilizan, cómo crear una página web, cómo gestionarla y posicionarla, cómo escoger las redes sociales en las que nos interesa estar presentes y, sobre todo, les enseñamos a incorporar instrumentos de control para saber cuánta gente ha visto una determinada campaña en Facebook, cuánta ha entrado a nuestra página web...", asegura. El curso va dirigido a licenciados, graduados y diplomados, así como a profesionales con una dilatada experiencia profesional con interés por la temática, y tiene un máximo de 25 plazas. Es presencial, tiene una duración de 120 horas y se desarrolla los martes y jueves de 17:30 a 21:30 horas. El postgrado se inicia el 25 de octubre y finaliza en marzo de 2017 con un precio de 1.850 euros y es bonificable total o parcialmente por la Fundación Tripartita.



María Antonia García dirige el postgrado de Marketing Digital, que está codirigido por Chema Gígado.

La experiencia de los alumnos



Sandra Fernández
Gestora de Marketing de sus actuaciones

Sandra Fernández encontró trabajo después de realizar el postgrado que dirige María Antonia García sobre Marketing Digital y Dirección Comunitaria. Hoy, ejerce de gestora de marketing de la empresa mallorquina Marathonia.com, que se dedica fundamentalmente a la venta de material deportivo. "Empecé como becaria y poco a poco he ido ascendiendo. La verdad es que estoy muy contenta", explica. Fernández acabó el postgrado en mayo del pasado año y no duda en asegurar que está muy satisfecha de haberlo realizado.



Martí Pasqual
Gestor de Marketing y comercio de viajes

Se define como 'growth hacker' y asegura que se dedica a ayudar a start ups a encontrar su modelo de negocio y explotarlo. "Ahora mismo soy consultor independiente, pero colaboro con una consultora internacional mucho mayor. Voy saturado de trabajo y la verdad es que no me puedo quejar. La mayor parte de mis clientes son empresas extranjeras", explica, al tiempo que recuerda que realizó el postgrado en 2013. "Fue muy importante para mí, puesto que me abrió la puerta al mundo del marketing online", afirma.



Victoria Galipienso
Fundadora de Kotuloempresa.com

Victoria Galipienso es una de las fundadoras de Kotuloempresa.com y exalumna del postgrado en Marketing Digital y Dirección Comunitaria. "Somos una empresa que vendemos rótulos, placas de empresa... todo tipo de productos relacionados con la rotulación. Es una web que surgió a partir del postgrado, puesto que al acabar fundé la empresa con un compañero", asegura. La empresa, creada hace un año, sólo vende, ya que la instalación es sencilla y no supone ningún problema. Los gastos de envío están incluidos en el precio.



Ángel Cabezas
Fundador de Rex4media

Ángel Cabezas es cofundador de Rex4media, agencia de marketing online, que ya cuenta con seis trabajadores. Su empresa ofrece todo tipo de trabajos de marketing online, desde la creación de la página web hasta la gestión de las redes sociales, campañas de google adwords, etc. "Hice el postgrado en 2013 y me enseñó las diferentes parcelas del marketing online. La empresa aún no tiene tres años y estoy muy contento, puesto que no nos falta el trabajo y ya disponemos de una cartera de clientes importante", asegura.