

**SALAMANCA
EMPRESARIAL****Instituto Multidisciplinar de Empresa**

IME amplía su oferta formativa con el nuevo Máster en Marketing Digital

Oscar González Benito es catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados**RICARDO
RÁBADE**
Word Comunicación

SALAMANCA. El Instituto Multidisciplinar de Empresa (IME) de la Universidad de Salamanca, a través de su IME Business School, amplía su oferta formativa con la puesta en marcha del nuevo Máster en Marketing Digital. Para hablarnos de esta iniciativa hemos entrevistado a Oscar González Benito, Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados y director académico del máster.

–¿Por qué un máster en marketing digital?

–IME Business School es una escuela de negocios integral para cualquier ámbito del mundo de los negocios, que puede formar desde recién graduados en algunos de sus másteres a directores generales en el Programa de Desarrollo Directivo (PDD). Se trata de una plataforma para que las personas puedan continuar con su formación, incluso de manera simultánea con su puesto de trabajo, y así seguir creciendo profesionalmente. Ofrecemos desde másteres generalistas como el Máster en Dirección de Empresas (MBA) hasta másteres especializados como el MBA en Dirección de Empresas Agroalimentarias y en MBA en Dirección de Empresas Familiares. Además, en IME Business School podemos formar en todas las especializaciones que demande el mercado y, dado el impacto que está teniendo el mundo digital en los modelos de negocio, es una respuesta natural dedicar nuestro ya demostrado saber hacer en el desarrollo de un Máster en Marketing Digital.

–¿Por qué es tan importante el marketing digital?

–Internet se ha convertido en el medio de comunicación por excelencia. En muy pocos años se ha convertido en un medio habitual para el acceso a contenidos informativos, culturales, de entretenimiento, etc. Para algunos grupos de edad, especialmente los más jóvenes, ya es el medio de comunicación más utilizado por encima de otros medios convencionales como la televisión. También se ha convertido en un canal habitual para interactuar con nuestras redes de trabajo, nuestro entorno social, nuestras familias, nuestras amistades, etc. Las estadísticas sobre la intensidad de uso de internet no han dejado de mostrar una tendencia positiva en los últimos años. De hecho, a pesar de los pocos años que lleva-

**Oscar González Benito, junto a un cartel con las empresas colaboradoras con el IME. :: ALMEIDA**

mos utilizando internet, cuesta recordar cómo podíamos vivir sin él. En este contexto, cualquier empresa u organización que quiera darse a conocer, que quiera informar sobre su oferta de productos y servicios, que quiera atraer a los posibles clientes y usuarios, y que quiera fidelizarlos, no puede obviar internet como canal de comunicación, interacción e incluso venta. Y esta es precisamente la finalidad del marketing digital: trasladar la estrategia de marketing a los entornos digitales, fundamentalmente internet y a todo lo que esta gran red conlleva.

–¿Conlleva esto oportunidades de

empleo?

–Claro que sí. No hay más que ver como se está intensificando la presencia de las empresas en internet. Por ejemplo, las estadísticas de inversión publicitaria en España muestran un crecimiento de internet muy superior al de otros medios de comunicación; algunos de éstos en claro retroceso. Detrás de todo este esfuerzo comercial hay puestos de trabajo especializados en este medio. También, varios estudios publicados en los últimos años sobre la demanda futura de trabajo, como los de la ADECCO, ONTSI o FTI-AMETIC, coinciden en señalar una importan-

te demanda futura de profesionales en el ámbito de las TIC y muy especialmente en el ámbito del marketing digital y el comercio electrónico. En algunos casos estiman la demanda futura de expertos en marketing digital en varios miles de puestos de trabajo. Más allá de la exactitud de estas estimaciones, la interacción con algunas agencias de marketing digital me ha permitido constatar que están creciendo a un ritmo sorprendente para los días que estamos viviendo, y que este crecimiento se ve limitado por la dificultad para incrementar la plantilla con profesionales bien preparados y for-

mados.

–¿Y es necesaria una oferta formativa en marketing digital?

–Efectivamente. Aunque he mencionado que el marketing digital ofrece grandes oportunidades laborales, eso no significa que sea sencillo encontrar trabajo en este ámbito. Los estudios que he mencionado antes apuntan también un gran déficit formativo en el ámbito del marketing digital. Los entornos digitales conllevan nuevos contextos, procedimientos, técnicas y herramientas de marketing cuyo conocimiento y manejo es imprescindible para trabajar con éxito en este sector. Con el Máster en Marketing Digital de IME Business School tratamos de llenar este vacío formativo ofreciendo un programa formativo riguroso e intensivo que permita a los egresados afrontar con solvencia una planificación y gestión de marketing digital.

–¿Cómo satisface el máster esta necesidad formativa?

–Como digo, el Máster pretende aportar a los estudiantes las competencias necesarias para iniciar y desarrollar una carrera profesional en el ámbito del marketing digital. Se trata de que sean capaces de diseñar e implantar un proyecto de marketing online integrando todos los enfoques, servicios, técnicas y herramientas propias de este entorno. Esto incluye planificación de medios digitales, gestión de redes sociales, posicionamiento en motores de búsqueda, comercio electrónico, analítica web, soluciones móviles, etc. Estos contenidos se completan con una asignatura de prácticas en la que se simula la actividad de una agencia de marketing digital o se lleva el marketing digital en una empresa. La idea es que los alumnos desarrollen e implementen proyectos de marketing digital siguiendo la dinámica de una agencia de comunicación especializada en este entorno. Además, los alumnos realizarán un Trabajo Final de Máster poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en una empresa donde pueda desarrollar su carrera profesional.

–¿Qué diferencia este máster de otra oferta formativa?

–Yo destacaría dos aspectos fundamentales: Por un lado, y en línea con la metodología docente utilizada por IME Business School, la docencia es rigurosa, especializada y eminentemente práctica. La mayor parte de los contenidos serán impartidos por profesionales del sector cuya actividad cotidiana consiste precisamente en poner en práctica los procedimientos y técnicas que enseñan. Por otro lado, también siguiendo la política de IME Business School, el Máster se desarrolla en un contacto directo con el sector empresarial. Al fin y al cabo, el objetivo fundamental es la empleabilidad de los egresados. Precisamente este Máster se desarrolla con la colaboración de la agencia digital Súmate, que está ubicada en el Parque Científico de la Universidad de Salamanca y que acredita una gran experiencia, habiendo desarrollado multitud proyectos de marketing digital, algunos para grandes empresas de ámbito



▶ internacional.

¿Es importante que el máster esté integrado en IME Business School?

-Es muy importante. La experiencia de IME Business School es una garantía. El resto de programas de IME Business School, como los MBAs, u otros másteres especializados como el Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias, han permitido acumular una gran experiencia. Es importante destacar la comunidad creada en torno a IME y a IME Business School; se trata de una gran red de profesores, investigadores, alumnos, egresados, profesionales, empresas, organizaciones e instituciones. Constituye una gran plataforma de conocimiento, contactos y, sobre todo, oportunidades de colaboración y desarrollo profesional. Sin este respaldo, el Máster en Marketing Digital no sería lo mismo.

-Entonces, ¿las empresas también tienen cabida en el Máster?

-Es una premisa de IME Business School y, en particular, del Máster en Marketing Digital. Pretendemos ser el vehículo para que las empresas, y organizaciones en general, formen a empleados que les permitirán promocionarse con éxito en el mundo digital. Esto no se limita únicamente a la posibilidad de que las empresas recluten a nuestros egresados. Una práctica habitual de IME Business School, y que ha resultado muy

exitosa, es que las empresas integren el Máster en sus planes de captación y formación de sus recursos humanos. La idea es que concedan becas a los alumnos para que desde el principio orienten su formación hacia las necesidades y requisitos de la empresa y desarrollen sus prácticas y proyecto final de Máster dentro de la misma. Esta es una estrategia que viene desarrollándose con notable éxito en IME Business School, como lo pone de manifiesto el hecho de que en el curso pasado se consiguieron 43 becas de empresas, la mayor parte de las cuales fueron becas-contrato. Esto se incrementará en el futuro, pues habrá más empresas que se unan al proyecto y un buen ejemplo es la agencia Súmate que otorgará un mínimo de cuatro becas para formar futuros empleados.

-Sin duda, es muy importante la relación con las empresas, pero ¿cómo contacta una empresa con IME?

-La experiencia es muy variada, pues IME como institución pública está abierto a apoyar, como indica su logo, a todas las empresas. Sin embargo, si es cierto, que muchas empresas ya nos conocen por relaciones previas, y otorgar una beca-contrato es algo habitual para ellas. Por otra parte, otras vienen a nosotros después de conocerlos en actos, foros y jornadas donde profesores de IME están presentes, ya sea como ponentes o como audiencia. En otros casos, ni

siquiera sabemos cómo nos conocieron pues nos escriben a nuestro correo electrónico o nos visitan en nuestras oficinas. Pero más importante que el contacto inicial, es cómo desde IME podemos apoyar a las empresas ayudándoles en la incorporación

«Internet se ha convertido en el medio de comunicación por excelencia»

«La demanda de profesionales en este ámbito ha crecido notablemente»

«Con el Máster en Marketing Digital de IME Business School tratamos de llenar este vacío formativo»

de profesionales bien preparados para que la empresa tenga una ventaja competitiva. En definitiva, con esta labor de apoyo a las empresas estamos contribuyendo al desarrollo económico de nuestro entorno.

-¿Cuándo y cómo se va a impartir el Máster?

-Como el resto de programas de IME Business School, el Máster en Marketing Digital se desarrollará a lo largo del año natural. Es decir, comenzamos en enero de 2017 y finalizamos en diciembre. La segunda mitad del año se centrará fundamentalmente en la parte práctica y en el Trabajo Fin de Máster. La docencia se impartirá de lunes a jueves en horario de tarde. Aunque se requiere una intensa dedicación, la idea es hacer el Máster compatible con otras actividades. Para tener una mayor cercanía e integración de los alumnos con las empresas del marketing digital, la actividad docente se impartirá en el Parque Científico de la Universidad de Salamanca, donde están algunas de las agencias más importantes de marketing digital en Salamanca, como Súmate citada anteriormente.

-¿A quién va dirigido el Máster?

-El máster va dirigido a todos aquellos graduados que consideren el marketing digital como una opción de futuro. No es imprescindible una formación previa en administración y dirección de empresas puesto que el Máster contempla la nivelación ne-

cesaria para poder afrontar los contenidos especializados. Lo más importante es el interés y la pasión por el marketing digital. Puede ser también ideal para trabajadores en activo que quieran potenciar la presencia online de sus empresas y que puedan compatibilizar las actividades formativas con sus obligaciones laborales. No obstante, no solo hay que pensar en el máster como una oportunidad para encontrar trabajo o promocionar el mismo. El máster también es muy apropiado para emprendedores que tengan buenas ideas de negocio digital y que necesiten formarse para poder desarrollarlas.

-Para finalizar la entrevista, ¿Qué deben hacer los interesados? ¿Cómo pueden obtener más información?

-Los interesados pueden encontrar información a través de la web de IME Business School (ime.usal.es/ibs). En particular, en la pestaña dedicada al Máster en Marketing Digital (marketingdigital.usal.es). Pueden ampliar información a través de info@usal.es. El Máster será gestionado administrativamente desde la Fundación General de la Universidad de Salamanca (fundacion.usal.es), por lo que también podrá encontrar información por esta vía. El proceso de admisión es común para todos los alumnos aspirantes a IME Business School y sigue un riguroso proceso de entrevistas. Así que lo mejor es comenzar cuanto antes.