UNEA
UNIVERSIDAD DE ESTUDIOS AVANZADOS
AliatUniversidades

¿Qué posibilidades de desarrollo te da estudiar Mercadotecnia?

CONTENIDO

1. Introducción

2. Conocimientos y herramientas que adquieres al estudiar Mercadotecnia

3. Áreas de desarrollo tradicionales

4. Trabajos en el mundo digital

5. Especialidades que puedes estudiar

6. Conclusiones

Para recibir asesoría sobre éste o algún otro plan académico: Contáctanos

1. Introducción

La Mercadotecnia es un conjunto de actividades y procesos que se realizan con la finalidad de fortificar y mejorar el posicionamiento de las empresas en sus respectivos mercados, a través de la satisfacción de las necesidades del consumidor a partir de un producto o servicio.

En este sentido, la Mercadotecnia ha cobrado vital importancia dentro de las organizaciones que buscan aumentar su alcance y popularidad entre los clientes, por lo que ahora esta carrera no solo centra sus esfuerzos en los medios y canales tradicionales, si no que ha evolucionado hacia los nuevos ambientes, como lo es el digital.

Esto ha llevado a que la carrera en Mercadotecnia sea una de las más populares en la actualidad, ya que, según datos del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), 234 mil 37 personas han egresado de esta carrera, lo que la coloca en la posición número 23 entre las más estudiadas.

La competencia y la demanda de esta carrera es muy alta; sin embargo, las oportunidades laborales también han crecido conforme se requiere de profesionales con conocimientos sólidos para detectar las necesidades y deseos de los consumidores, que garanticen el rendimiento y la rentabilidad de un negocio o servicio, ya que según el sitio **Merca 2.0**, actualmente 5 de cada 10 empleos que tienen relación con esta industria y se desarrollan dentro de espacios digitales.

Por otro lado, también señala que de acuerdo a la red social profesional, LinkedIn, las pasantías en el sector aumentaron un 24.5%, mientras que los puestos de contratistas un 15%, reflejadas en la publicación de más de 380 mil ofertas de trabajo durante el año pasado.

Sin una buena estrategia de Mercadotecnia, cualquier tipo de negocio estaría destinada al fracaso, ya que la dinámica social actual depende del movimiento económico para sobrevivir, que está directamente relacionado con el comportamiento del mercado y los consumidores, por lo que los profesionales en la materia se convierten en actores indispensables para la correcta función de un negocio.

Por otro lado, a pesar de que el consumidor siempre ha tenido un papel protagónico, en la actualidad su opinión ha tomado un peso significativo, ya que ahora no solo se busca satisfacer sus necesidades, sino también llevar a cabo acciones personalizadas y diferenciadas, y que los productos y servicios brinden experiencias que realmente mejoren su calidad de vida.

De esta manera, la Mercadotecnia ha tenido que evolucionar para ofrecer soluciones estratégicas y funcionales para la realidad actual.

2. Conocimientos y herramientas que adquieres al estudiar Mercadotecnia

Al estudiar una carrera universitaria en Mercadotecnia, se adquieren diferentes conocimientos y herramientas, que ayudan al desarrollo de distintas habilidades que permiten el desempeño profesional en diferentes áreas, ya que la multidisciplinariedad de la carrera abre las puertas hacia distintos sectores laborales.

Por eso se estudian diferentes aspectos que, en conjunto, sirven para diseñar estrategias que estrechen el vínculo entre un negocio y sus clientes o consumidores, y de esta manera aumentar la rentabilidad y prosperidad de una empresa u organización.

Al estudiar Mercadotecnia se aprende a:

- **Analizar deseos, demandas y necesidades del consumidor.**
- **Establecer el valor de un producto o servicio.**
- **Delimitar los aspectos que una marca necesita para sobrevivir, como su imagen y logotipos, así como valores, objetivos y filosofía.**
- **Estudiar el mercado, que es el espacio físico y ahora también electrónico, donde vendedores y consumidores convergen para poder segmentarlo y realizar estrategias objetivas y efectivas.**
- **Analizar al consumidor para poder segmentar al público y crear estrategias objetivas, identificando el público objetivo, cliente ideal y el buyer persona.**

Para recibir asesoría sobre éste o algún otro plan académico: Contáctanos

— **Posicionar una marca, para buscar colocar un producto o servicio en el mercado, que comúnmente se logra a través de las 4 P's de la Mercadotecnia: precio, plaza, producto y promoción.**

— **Lanzar, definir y mantener una marca a través del branding, para hacerla más popular y deseada.**

— **Analizar los resultados o la recepción del público para poder analizar qué áreas de oportunidad existen en el negocio, producto o servicio, y de esta manera optimizar la oferta o los procesos.**

— **Conocer acerca de métricas de tendencias, comportamientos o resultados es indispensable para un profesional de la Mercadotecnia, ya que ayuda a la mejora de las estrategias.**

Cada una de estas habilidades se desarrolla a profundidad dentro de la carrera, para que al ingresar al mercado laboral cada profesional logre desempeñar un papel exitoso y satisfactorio.

Por otro lado, dentro de las herramientas que se aprenden a manejar al estudiar Mercadotecnia se encuentran todas las relacionadas con la gestión, análisis y presentación de datos, estudios y resultados, que actualmente se albergan dentro de softwares especializados, que resulta importante dominar en el campo profesional.

Entre las herramientas que comúnmente se requiere dominar en el mundo laboral y que conocerás durante la formación académica, se encuentran las relacionadas con:

Automatización:

Se refiere a los softwares que permiten mejorar el proceso de análisis de datos, optimización de sitios web, llamadas a la acción y campañas e-mail y redes sociales. Existen diferentes programas que responden a estas necesidades, entre las que podemos destacar, HubSpot, Wordpress o Hootsuite.

Análisis de datos:

Este tipo de herramientas te ayudarán a la analítica de datos, con funciones que ayudan a organizar y filtrar, que hacen el estudio de resultados más sencillo. Un ejemplo de esta herramienta es Google Analytics.

Procesadores de texto y hojas de cálculo:

Hablamos de los programas para escribir o realizar análisis de datos, como lo es la paquetería de Office, que es indispensable para cualquier puesto laboral.

Diseño:

Si bien un mercadólogo no puede hacer el trabajo de un diseñador gráfico, si puede conocer algunos softwares básicos que le ayuden a realizar tareas simples de procesamiento de imágenes e incluso video, para conceptualizar ideas. Existen herramientas avanzadas como Photoshop o InDesign, u otras de licencia libre como Canva o Designer, que son de gran ayuda en el ejercicio laboral.

3. Áreas de desarrollo tradicionales

La Mercadotecnia tradicional es una de las áreas que durante décadas ha contribuido al desarrollo empresarial y de negocios, que centra sus esfuerzos en el desarrollo de estrategias que hoy podemos concebir como *offline* o fuera del mundo digital.

Las áreas de la Mercadotecnia tradicional que pueden brindar excelentes oportunidades de desarrollo a un egresado de esta carrera son:

Investigación de mercados, que se centra en descubrir las necesidades, deseos, preferencias, hábitos y comportamientos de los consumidores.

Análisis de producto y competencia: Estudia los productos y servicios de una empresa o negocio, así como de la competencia, para ver su calidad, estrategias y acciones para establecer planes de mejora.

Comunicación: En este punto un mercadólogo puede definir las mejores estrategias para comunicar interna y externamente lo que la empresa u organización quiere decir acerca de sí mismo o de sus productos o servicios.

Dentro de estas áreas tradicionales existen diferentes tareas, estrategias y labores que permiten el enriquecimiento de la popularidad de un negocio, entre las que podemos destacar:

- Copywriting (la realización de textos persuasivos, que nació en los medios tradicionales)
- Publicidad en medios impresos y audiovisuales
- Servicio y atención al cliente
- Telemarketing (venta o promoción por teléfono)
- Eventos como ferias, conferencias, seminarios, etc.
- Anuncios impresos (*handouts*)

Al dominar estas áreas de la Mercadotecnia tradicional es posible acceder a muchas oportunidades de empleo, entre las que podemos destacar las siguientes:

Dirección de publicidad

Genera y gestiona las acciones para publicitar un producto o servicio.

Ejecutivo de cuentas

Gestiona el ciclo de ventas.

Project manager

Gestiona el inicio, la planificación, el diseño, la ejecución, el seguimiento, el control y el cierre exitosos de un proyecto.

Asistente de medios

Vigila las acciones publicitarias dentro de los medios tradicionales (radio, televisión, periódico, etc.).

Gerencia de promociones

Planifican, dirigen y coordinan las políticas y programas de promociones.

Gerencia de marca

Vela por el bienestar de una marca o proyecto perteneciente al negocio.

Compra de medios

Se encarga de contactar, contratar y pagar espacios publicitarios en medios tradicionales.

Dirección creativa

Genera conceptos y recopila ideas para estrategias de mercadotecnia.

Planificación de eventos

Conceptualiza, crea y gestiona los eventos que brinden publicidad a la marca o a un producto o servicio en específico.

Solo por mencionar algunas, ya que existen más nombres de puestos que requieren de las habilidades y conocimientos de un mercadólogo, por lo que la oferta laboral se extiende hacia diferentes áreas y puestos de trabajo en una organización.

4. Trabajos en el mundo digital

En la actualidad vivimos en un contexto donde casi todo se mueve dentro del mundo digital, una empresa, negocio u organización sin presencia en éste, es como si no existiera.

Pero no solo se trata de crear perfiles en redes sociales o montar páginas web, ya que cada una de estas herramientas necesita de estrategias sólidas que permitan el logro de objetivos para contribuir positivamente con las metas comerciales de un negocio.

En la mercadotecnia o marketing digital, se pueden desarrollar las siguientes tareas:

Social media managing: Manejo de redes sociales.

Diseño web: Conceptualización y montaje de páginas web.

Creación de contenido (visual y escrito): Creación de productos y materiales de apoyo visual o contenido escrito.

Search Engine Optimization (SEO): La optimización de motores de búsqueda, se refiere a estrategias para hacer a un sitio web amigable con los algoritmos de búsqueda.

Search Engine Marketing (SEM): El marketing de motores de búsqueda tiene como fin posicionar un sitio web por medio de publicidad pagada en línea.

Analítica Web: Análisis de datos de navegación de usuarios.

Comercio electrónico: Montaje de tiendas en línea.

Desarrollo de aplicaciones móviles: Conceptualización y montaje de aplicaciones móviles que ayuden al crecimiento de un negocio.

Experiencia de usuario: Se encarga de que un sitio web cumpla con ciertas características y lineamientos que respondan a las necesidades del usuario y lo hagan sentirse en un ambiente cómodo y orgánico.

La lista puede ser mucho más extensa, ya que existen cientos de tareas más que surgen a la par del desarrollo tecnológico y el crecimiento del mundo digital, estos requieren de los conocimientos de expertos para poder resolverse de forma satisfactoria.

Con base en estas labores, los puestos de trabajo a los que puede aspirar un mercadólogo en el mundo digital son:

Digital marketing manager

Se encarga de coordinar las estrategias de mercadotecnia que se llevan a cabo en línea.

Community & social media manager

Maneja y define estrategias de estrategias dentro de las comunidades digitales y redes sociales.

Diseñador web

Realiza el estudio, desarrollo y gestión de páginas y sitios web.

Creador de contenido

Es quien desarrolla el contenido escrito y visual que existe dentro de un sitio web o red social.

Para recibir asesoría sobre éste o algún otro plan académico: Contáctanos

Media buyer:

Dedicado a la compra de espacios de publicidad en línea.

Consultor SEM y SEO:

Es el experto en la optimización de sitios para responder a los motores e búsqueda y la compra de esos espacios.

Analista de sitio:

Se encarga del análisis de métricas y datos que se general a partir del tráfico dentro de un sitio web.

Experto en E-commerce:

Es el profesional que domina cada aspecto relacionado con el comercio en línea.

Consultor en UX/UI:

Es el experto en experiencia de usuario y diseño de interfaces, que ayuda a propiciar una buena experiencia dentro de un sitio web, aplicación o ambiente digital.

Estos puestos no son los únicos; la oferta laboral puede ser mucho más extensa, esto dependerá de las vacantes que abra una empresa de acuerdo a las necesidades del negocio y también de cada profesionista y sus intereses de especialización.

5. Especialidades que puedes estudiar

Gracias a las necesidades del mercado laboral, las instituciones educativas ofertan diferentes especialidades que permiten la profesionalización de los mercadólogos en diferentes ramas.

Entre las especialidades más comunes que existen en el mercado educativo se encuentran:

- **Branding o Diseño de Marcas**
- **Estrategias de Mercadotecnia**
- **Marketing Digital**
- **Planeación Estratégica y Comercial**
- **Derecho Mercantil**
- **Mercadotecnia y Publicidad**
- **Gestión de Comunidades Digitales**
- **Gestión Estratégica**
- **Administración de negocios**
- **Ventas**
- **Innovación Tecnológica y de Negocios**
- **Servicios Creativos**
- **Operaciones**
- **Relaciones públicas**
- **Comunicación**

Cada especialidad responde a los intereses de cada profesionista, puesto que cada una toma vertientes muy específicas que, si bien todas se relacionan con la Mercadotecnia, tienen enfoques profesionales bien definidos y requieren de especial atención para lograr un buen desempeño dentro del mundo profesional.

6. Conclusiones

Sin duda la carrera de Mercadotecnia ha tenido un crecimiento muy grande en los últimos años, gracias a la diversificación del mercado y su migración hacia el mundo digital, lo que ha ampliado la oferta laboral para todos los profesionales del también llamado Marketing.

Estudiar esta licenciatura en la actualidad es una gran decisión, ya que su permanencia en el mercado laboral tiene buenas expectativas a futuro, que permite el desarrollo a largo plazo y la construcción de una carrera que promete excelentes oportunidades de desarrollo personal y profesional.

UNEA®
UNIVERSIDAD DE ESTUDIOS AVANZADOS
Aliat Universidades®

Comparte este whitepaper:

¡Escríbenos por WhatsApp!

Y recibe toda la información que necesitas.

Universidad de Estudios Avanzados (UNEA) ofrece programas académicos de Bachillerato, Licenciatura y Posgrado, y cuenta con 7 campus: Querétaro, Aguascalientes, Chihuahua, Saltillo, Coahuila; y Alamar, Florido y Mexicali, Baja California.

UNEA es una institución que cuenta con casi 20 años de experiencia y es parte de la red educativa de Aliat Universidades, que tiene presencia en 13 estados de la república mexicana y más de 50 años formando profesionales.