

CENTRO UNIVERSITARIO

Empleabilidad

Master en
Marketing
Digital



Índice

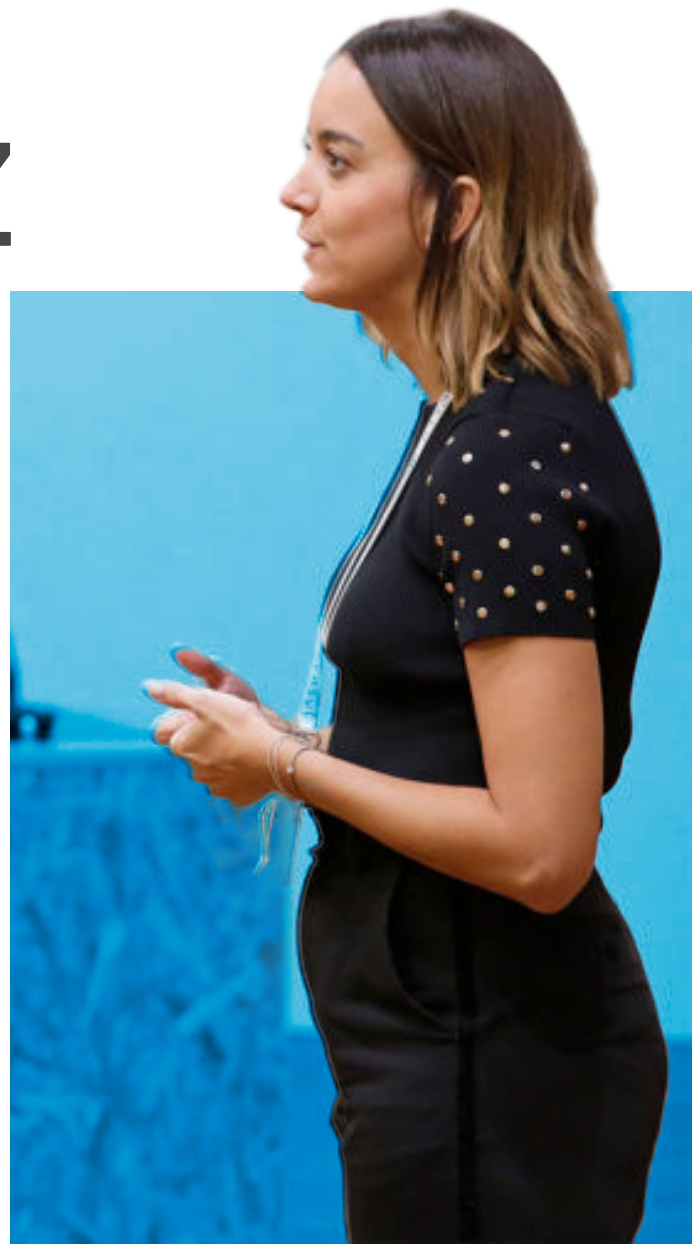
- [Introducción de Ana Giménez.](#)
- [Empleabilidad y Prácticas.](#)
- [Salidas Profesionales.](#)
- [Salario medio del sector en España.](#)
- [Testimoniales.](#)
 - » [Perfil Emprendimiento.](#)
 - » [Perfil Internacional.](#)
 - » [Perfil Agencia.](#)
 - » [Perfil Empresa.](#)
 - » [Perfil Startup.](#)
- [Datos de empleabilidad.](#)

Ana Giménez

Directora del departamento de Marketing de Marina de Empresas y madrina del Master en Marketing Digital

Hace ya 5 años tuve la oportunidad de involucrarme en la creación de este Máster. Un proyecto que tenía como objetivo, crear una formación de calidad y muy práctica que nos permitiera “sacar al mercado” profesionales muy fuertes técnicamente y muy capacitados estratégicamente. Era un gran reto y decidimos crear el máster que nos hubiera gustado tener a nosotros. Todo lo que nosotros habíamos tenido que aprender con videos de youtube, “trasteando” plataformas, escuchando a otros profesionales, leyendo blogs y preguntándonos entre nosotros o en “foros especializados”, tenía que estar en este curso.

Este año hemos empezado la quinta edición, y sigo teniendo la sensación de que está todo por mejorar, y eso me encanta. Por el máster han pasado más de 150



alumnos, hoy ya compañeros de profesión y es un gusto ver cómo están aplicando todo lo que han ido aprendiendo.

La gran propuesta de valor de este máster gira en torno a tres variables. **Los profesores, el contenido práctico y la actualización constante.**

La primera y muy importante es que, para formar parte del claustro de este curso, debes ser un profesional en activo y especialista de la materia que impartes. Esto nos hace tener un grupo de casi 60 profesionales a los que admiro enormemente de agencias digitales, grandes clientes y startups (muchas de ellas de Lanzadera). Este número de profesores complica muchísimo la coordinación del mismo, pero sin duda merece la pena y es algo que ponen mucho en valor los alumnos.



La segunda es que, aunque necesitan tener los conocimientos teóricos de todas las áreas, la única forma de verdad de aprenderlos e interiorizarlos, ejecutarlos, equivocarte y pelearte por mejorar cada acción. Somos muy “frikis” de la metodología de trabajo y firmes creyentes de que se debe enseñar a través de metodologías que te permitan poner en práctica, repetir y mejorar procesos de trabajo. Es como trabajamos en nuestro día a día en el departamento de Marketing de Marina de Empresas, es lo que queríamos compartir y siempre me prometí que nunca nadie me pudiera decir “Ay Ana, en casa de herrero cuchillo de palo” (y que fuera verdad).

Por último, lo que nosotros llamamos “la pomada”. Y es que el sector del marketing digital tiene algo muy especial. Los que trabajamos en esto, tenemos la sensación cada día de que llegamos tarde a algo. A una nueva red social, a un cambio de algoritmo, a una regulación de la ley de cookies, a una plataforma de gestión, nuevas metodologías... **Esto nos obliga a tener el contenido del máster SIEMPRE vivo.** Es lo que está demandando el mercado y tenemos que dar respuesta.

Estas tres variables son las que consiguen que **nuestros alumnos tengan aseguradas prácticas de calidad y trabajo cualificado**. De hecho, esta quinta edición tiene un doble grupo que tuvimos que “habilitar” casi de la noche a la mañana, porque teníamos el doble de ofertas de empleo que de alumnos. Y parece que el 2022/2023 va por el mismo camino. Nada me puede hacer sentir más orgullosa. Este año he podido fichar en mi departamento de marketing de Marina de Empresas a un alumno de la III Edición y de verdad que es un gusto trabajar con él. Su profesionalidad a la hora de estructurar, de pensar y

de proponer tan coherente y tan en filosofía con el objetivo de este master, hace que piense que de verdad, desde EDEM, estamos haciendo un buen trabajo en el sector del marketing digital.

Por último y no menos importante, creo que nuestros alumnos tienen un pequeño privilegio que no puede pasar desapercibido. Invertir un año de tu vida en construir tu futuro en un entorno como Marina de Empresas rodeado de innovación y acompañado por los profesionales que trabajan aquí y las startups que conviven cada día en este espacio, es pura magia.

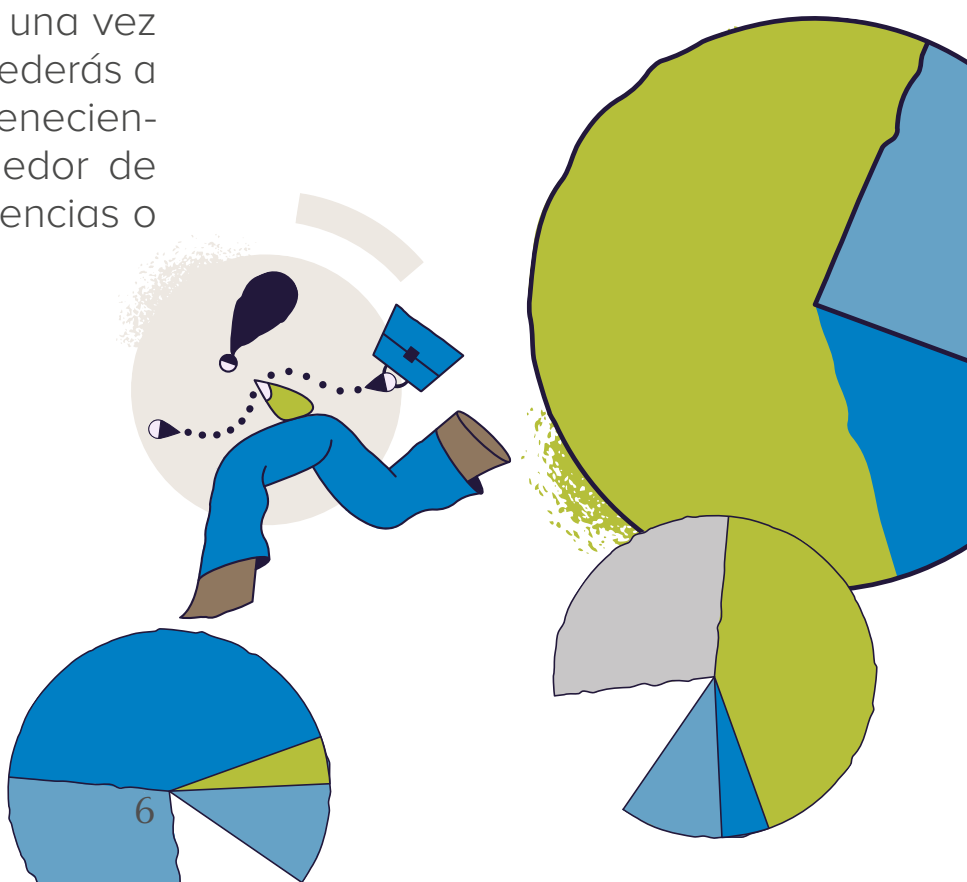


Empleabilidad y Prácticas

En EDEM tendrás acceso a prácticas opcionales durante el máster para incorporarte al mercado laboral e ir aplicando los conocimientos que aprendes en clase en un entorno laboral real. Para ello EDEM pone a disposición de los alumnos más de 150 empresas que colaboran aportando prácticas en los masters.

Puedes salir del máster hasta con 8 meses de experiencia laboral demostrable, así como la posibilidad de quedarte en la empresa una vez finalizadas las prácticas. Accederás a estas tanto de startups pertenecientes al ecosistema emprendedor de MdE como de ofertas en agencias o empresas del sector.

No hay mejor
manera de
aprender que
haciendo.



Salidas profesionales

CMO

Perfil al que le nutre todo el máster al 100%. Tiene que saber de todo a nivel medio. No se hacen expertos en ninguna disciplina, sino que ejecutan todas y en caso de necesitar profundizar suelen acudir a proveedores. Por ello es necesario que tenga buena relación con todas las áreas, así como con los proveedores especialistas.

Social Media/Content

Son expertos en marketing de contenidos: escribir, posicionar, colaborar y desarrollar con diferentes temas que nutran a los potenciales clientes. Las habilidades clave a desarrollar son la creatividad y la inspiración para traer contenidos frescos e interesantes con regularidad, el manejo de las principales herramientas de RRSS y blog así como de creación de contenidos, y la analítica con campañas.

Account Manager

Especialistas en pedir y saber sobre el cliente. No ejecutan, pero deben saber comunicarse con todas las áreas de marketing. Gestionan y toman decisiones para el cliente siendo claves las habilidades de analítica y reporting a especialistas.



Paid Media

Aquellos que usan la creatividad digital a niveles específicos, que saben gestionar que contenidos influirán en el buyer persona y saben gestionar diversas plataformas de publicidad en social ads y Google ads para llegar hasta su objetivo. Necesitan de capacidad analítica para medir resultados y ajustar sus campañas, así como de relaciones con proveedores especialistas para el desarrollo de sus diseños.

Emprendedor

Los todoterrenos, saben de todos los temas en un nivel medio/alto y utilizan metodologías ágiles para testear, medir y modificar el producto de forma rápida. Saben de herramientas y tienen que elegir la mejor no solo en calidad sino en presupuesto. Este presupuesto reducido los lleva a ser autónomos y no recurrir a especialistas sino a montar ellos mismos desde los diseños de creatividades y las campañas de pago hasta montar ellos mismos su ecommerce.

Analista Digital

Centrados en los datos, manejan las principales fuentes de datos y son capaces de reportarlos a otras áreas de forma clara y concisa. Para ello manejan todas las herramientas de analítica web, así como de visualización de datos mediante dashboards entendibles por el resto de los profesionales especialistas lo cual ayuda a la comparativa de periodos, la toma de decisiones y el rumbo empresarial.

Inbound Manager

El Inbound Manager trabaja la metodología Inbound Marketing, que consiste en crear y planificar estrategias de contenido para atraer a potenciales clientes y crear estrategias según los posibles intereses que puedan tener. Para ello, es clave la recopilación de datos de los usuarios que visitan la web, utilizar Google Adwords y tener conocimientos de periodismo, publicidad y marketing en general.

Sales Automation

Se encarga de la automatización de todos los procesos que los comerciales realizan a lo largo del funnel de venta. Aquí es necesario tener conocimientos de las principales herramientas de software que permitan acelerar el proceso de venta.

CRO

Son las siglas de Conversion Rate Optimization, el cual busca aumentar el tráfico a la web así como la conversión, es decir el número de usuarios que entrar en la web y acaban comprando. Se realizan estrategias de empuje en la compra para convertir a usuarios pasivos en activos.

Técnico SEO

Es el profesional que se encarga de la Search Engine Optimization posicionamiento orgánico de la web, es decir cómo esta es mostrada al cliente en comparación a otras webs según la intención de búsqueda del usuario. Para ello optimiza la indexación de los contenidos, especialmente blog, de la página y utiliza herramientas de análisis de palabras clave y posicionamiento en buscadores como Google Search Console o Semrush.

Performance Specialist

Es el especialista en campañas de marketing digital de respuesta directa. Se enfoca en el análisis de resultados y cómo crear campañas de publicidad, cómo pueden ser de afiliación o email marketing.



Ecommerce Manager

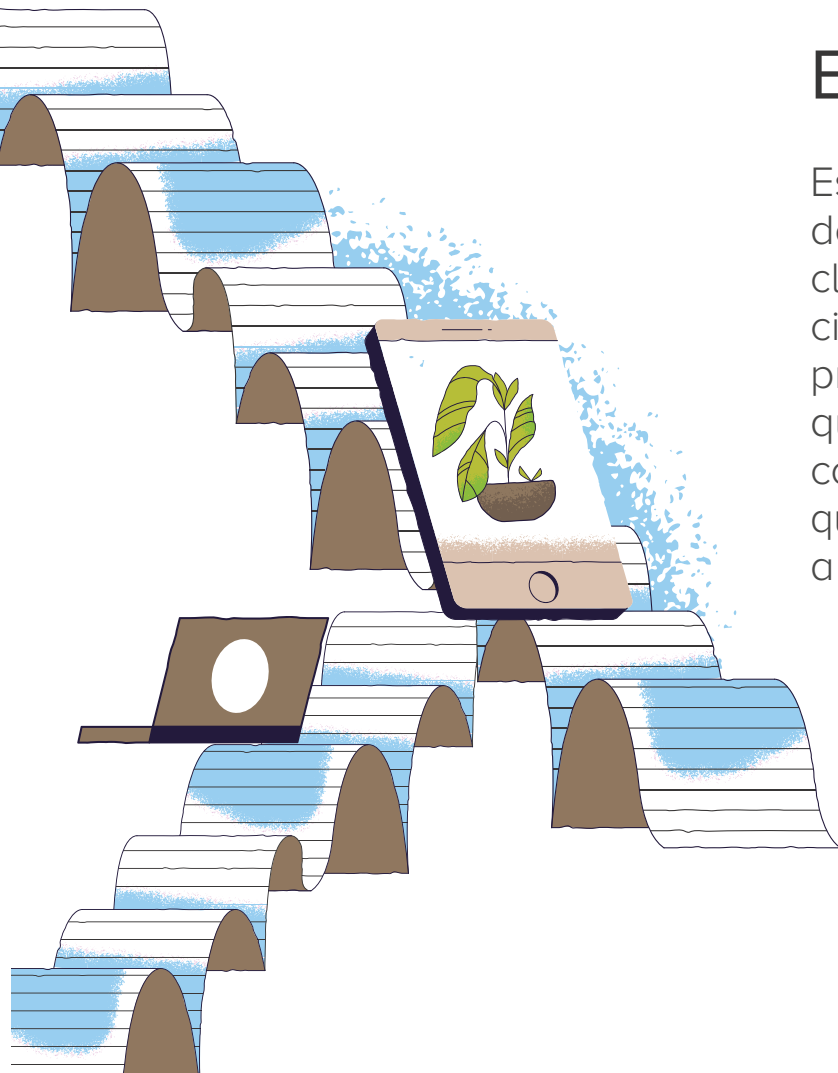
Creador y editor de la plataforma de venta del producto, es el que gestiona todos, sus fichas, precios y distribución web así como las estrategias de venta como branding, mailing y campañas de venta que ayuden a vender en la web.

Diseñador de producto

Realiza proyectos de mejoras e innovaciones en los productos que se venden en la web. Todo esto implica conocer al usuario, mapear el customer journey y testear el producto UX antes de lanzarlo. Utiliza Photoshop, Illustrator, Indesign, Canva, entre otros programas de diseño.

Especialista en UX/UI

Es el encargado de la mejora tanto de la presentación del producto al cliente como de su usabilidad, es decir cómo interactúa el cliente con el producto. Entre sus disciplinas tiene que saber tanto de diseño gráfico como de web siendo experto en maquetación, análisis y diseño aplicados a la usabilidad.



Salario medio sector en España

De las profesiones resaltadas antes, así como otras dentro del amplio abanico del marketing, aspirarás a un salario de media dentro de este baremo:



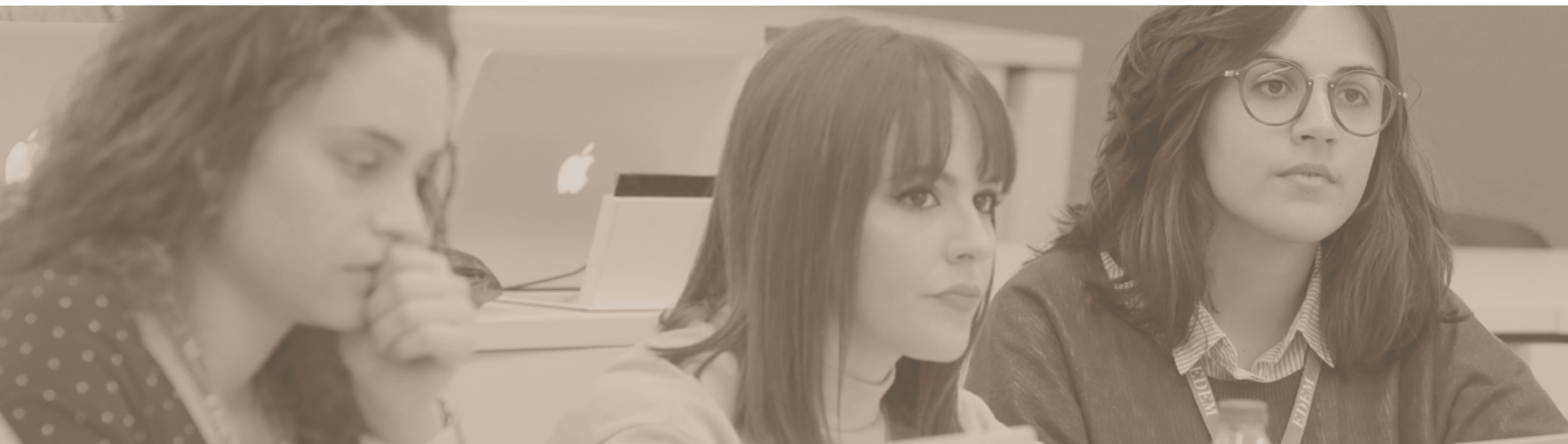
15.900-35.000€

Fuente: LinkedIn Salary



Testimoniales

Experiencias de nuestros alumnos del Master en Marketing Digital.



Perfil emprendimiento



Carla Planes 1ª Edición
Ingeniería Biomédica
SLUPU

Siendo emprendedora, me decanté por EDEM porque **se nota el ambiente emprendedor** desde que pisas la escuela. Y eso mola.

Al terminar el master, empecé como **freelance** ofreciendo mis servicios de marketing digital, y tras un año de echarle más cara que espalda, conseguí una cartera de clientes lo suficientemente grande como para **fundar SLUPU, mi agencia de marketing digital** en Valencia.

A nivel profesional, lo que más me ayudó del máster de EDEM es a consolidar todos los conocimientos que ya tenía, además de servirme de faro para **ejecutar una estrategia de marketing 360**.



Fran Mansó 4ª Edición
Marketing y Publicidad
Tannity, Passporter,
Byforcreators

Býforcreators es mi agencia de marketing digital especializada en rrss, que lancé junto a mi hermano Joan Mansó. Býforcreators es Fran y Joan, es marketing y diseño, social media y fotografía. Creo que nunca se está lo suficientemente preparado para emprender, el primer paso es hacerlo.

El MMVD me dio **una visión global, conocimientos y la valentía** que necesitaba. Mis **prácticas** fueron aplicar lo que iba aprendiendo, con la paciencia de mis profesores, en la creación de mi propia empresa.



Esther Aucejo 1ª Edición
ADE
Ms & Miss York, Quois

Encontré el **enfoque práctico** que buscaba y aprendí a poner en el foco lo que realmente importa: tu cliente. Siempre supe que algún día emprendería y **gracias a Lanzadera pude poner en marcha Ms&Miss-York**, una marca de moda a conjunto para mamás y para niños.

Con la llegada de la pandemia, decidí ayudar a otras empresas a mejorar sus campañas de Marketing Digital a través de **mi propia agencia, Quois**.



Perfil internacional



María Lorente 3ª Edición
Periodismo
Naizfit. Dental
Monitorin(Paris)



Daniela Buck 3ª Edición
Modern Languages, French
and German
Kalviyo

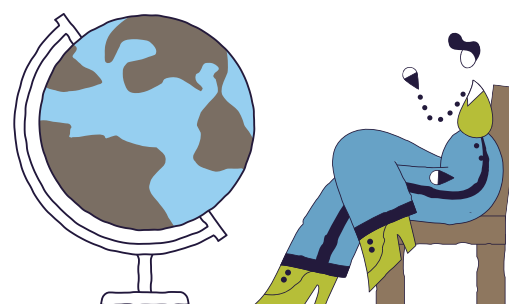
Elegí EDEM para continuar aprendiendo por el entorno práctico que ofrece. Gracias a las **prácticas** que obtuve gracias al master empecé a trabajar un año y medio para **NaizFit, StartUp de Lanzadera** que desarrolla mejoras para el sector retail, y después me mudé a París y comencé a trabajar en **Dental Monitoring** como **especialista en Customer Success** para el mercado español.

Creo que uno de los puntos claves del máster es el trabajo en equipo y la formación práctica.

Además de una **visión 360 del marketing digital**, el máster me enseñó a atreverme a **tomar decisiones más arriesgadas para poder diferenciarme**.

Actualmente **trabajo en Klaviyo**, la herramienta de marketing automation. Mi puesto es **'Account Executive EMEA'**, departamento de ventas.

El máster me sirvió para adentrarme en el mundo del eCommerce y adquirir conocimientos (redes sociales, SEO/SEM y automatización, entre otros) sobre un **sector digital en pleno crecimiento**. El tener el master, así como hablar 4 idiomas, me ayudó a entrar en un puesto de ventas en Klaviyo, que está directamente especializado en la digitalización de marcas. El master **me permitió ampliar mi red de contactos y conocer a profesionales de reconocido prestigio** que ya trabajan en empresas nacionales claves dentro del sector.





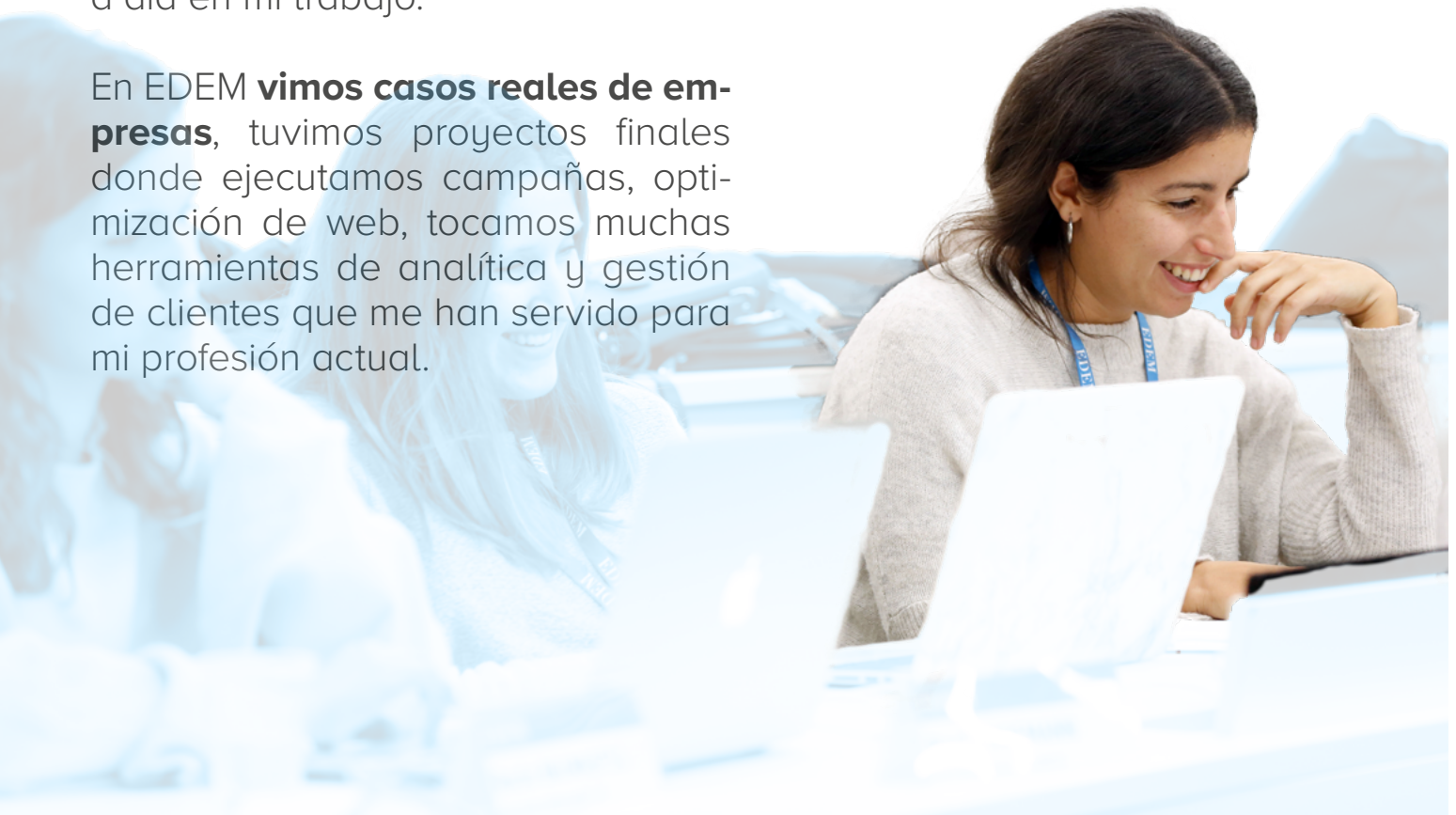
Marta Codoñer 1ª Edición
International Business
Microsoft

Actualmente trabajo en el **departamento de Consumo como Marketing Coordinator**. Aunque **empecé en el equipo de CMO** con tareas de marketing y comunicación interna con una beca que me ofreció Microsoft, ahora trabajo en **Wunderman Thompson, una de las mejores agencias a nivel global, donde sigo trabajando para Microsoft Iberia**.

El máster me dio una buena base de marketing y ventas digital. Aprendimos entre muchas cosas la **creación de campañas, optimización de contenido y ejecución que es a lo que me dedico actualmente** y aplico día a día en mi trabajo.

En EDEM **vimos casos reales de empresas**, tuvimos proyectos finales donde ejecutamos campañas, optimización de web, tocamos muchas herramientas de analítica y gestión de clientes que me han servido para mi profesión actual.

Estoy aplicando en mi trabajo todo lo aprendido, tanto en campañas digitales en web, redes, paid media, campañas de co-marketing y estrategias de branding.



Perfil Agencia



Jorge Escriche 3ª Edición
International Business
Roas Hunter, Digital Menta



Mar Soler 2ª Edición
Economía
Mango, Hike, The Cocktail,
Docente en EDEM

El máster me dio las bases y herramientas para tener una **visión 360° de marketing digital**. Aprendí a tener visión y foco para **crear estrategias con fundamento, centradas en el buyer persona, sabiendo que canales utilizar en cada momento y cómo se complementan entre ellos**. Las prácticas que hice durante el máster, me sirvieron para aplicar día a día todo lo que aprendía en clase. Cada cosa nueva que aprendía, la aplicaba en mis clientes. **Trabajar a la vez que el máster hace que aprendas a nivel exponencial, multiplicando por 10 todo lo que aprendes en clase.**

Lo resumiría en esta frase:
“Aprender para compartir”, eso es lo que sentí de todos los profesores, compañeros y el equipo de EDEM.

Hice el máster ya sabiendo que quería hacer análisis digital pero quise hacer todos los módulos para tener más perspectiva sobre todos los ámbitos y así poder hacer análisis con más perspectiva. Mientras estudiaba el máster hice **dos prácticas en Lanzadera**, siempre intentando hacer tareas más relacionadas con Google Analytics.

Estuve en **NIDO Robotics** (web de generación de leads) y **Colonvo** (e-commerce), que me permitieron ver dos mundos muy distintos dentro del mundo digital. Iba a Lanzadera por la mañana y a EDEM por la tarde. A nivel personal me llevo el poder sentirme tan inspirada por algunos profesores, tipo “wow de mayor quiero ser como ella”. A día de hoy soy **consultora de Análisis Digital**, además de **profesora en diferentes escuelas**, con la intención de ser yo ahora quien inspire a otros.

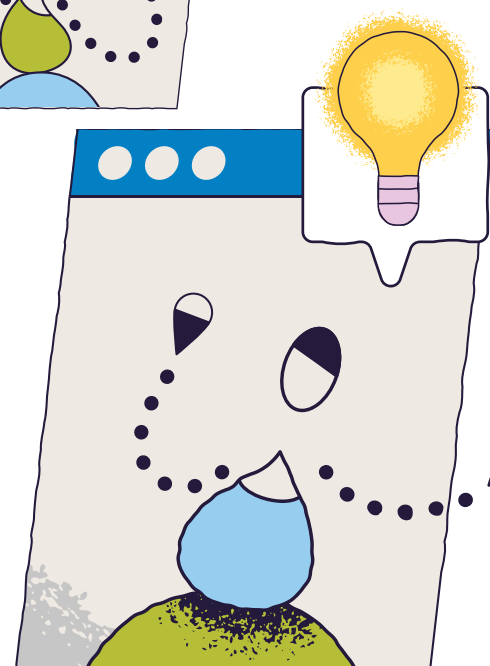
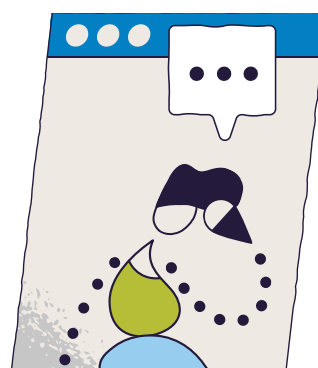


Adrián Basols 2ª Edición
Comunicación Audiovisual
Increta, Docente en EDEM

Elegí EDEM para mi formación de máster por su **enfoque práctico y su conexión directa con empresas y profesionales.**

Gracias al MMVD pude hacer mis prácticas **en Increta**, donde desempeño mi puesto actual como **CDO: Chief Digital Officer** contribuyendo a la evolución tecnológica de la empresa. Compagino esto con la **consultoría de marketing digital para empresas y startups y la docencia en EDEM.**

La mayor satisfacción es poder volver como profesor y contribuir devolviendo a las nuevas generaciones un poco de lo que yo me llevé.



Perfil Empresa



Jose Aranega 3ª Edición
Economía
Marina de Empresas

A un master entras ilusionado por aprender pero también con dudas de si has acertado con esa formación y de si encontrarás trabajo cuando termines. El máster superó con creces mis expectativas, **no solo me formé con profesionales que me enseñaron tanto la parte teórica como la práctica de cómo ellos se enfrentan a situaciones reales en su día a día**, sino también tuve la oportunidad de poder aprender por mí mismo en el mundo real trabajando en dos startups de Lanzadera ofertadas por EDEM.

Actualmente formó parte del **área de analítica** en el **departamento de marketing de Marina de Empresas**, donde continué aprendiendo cada día algo nuevo de las diferentes áreas y aportando mi granito de arena a un equipo de profesionales de 10.



Marta Vidal 3ª Edición
ADE
Fundación Española Deporte Seguro, Druni

Me decidí por EDEM gracias a la dinámica que ofrecían, además de ser **presencial es muy práctica**, y para mí eso tiene un gran valor.

Llevo algo más de un año trabajando en el departamento de e-Commerce de **Druni** y ocupo el cargo de **E-trade Marketing Manager**. Me resultó muy fácil adaptarme ya que muchas de las cosas que aprendí en el máster las he podido ver y aplicar, a gran escala, en Druni.

Para mi puesto de trabajo considero clave el **enfoque 360** del máster pero especialmente me quedo con las **clases de estrategia, e-Commerce** y RRSS. Además, yo compaginé las clases con las prácticas que ofrece EDEM y para mí esto fue un plus, me sirvió tanto para ir aplicando y reforzando lo que aprendía en clases como para ganar más experiencia, algo determinante cuando luego saltamos al mercado laboral.

Me quedo con que **aprendí de verdad HACIENDO** y no menos importante, ¡me llevo grandes amigos!



Enzo Diarte 1ª Edición
Ciencias de la Actividad
Física y del Deporte
L'addition, Mapubli,
Jeanologia

Buscaba ampliar mi formación en algo que pudiera complementar mis estudios para ampliar mi abanico de oportunidades a nivel laboral. Di con el Master de Marketing y Venta Digital de EDEM, en ese momento diría que la única escuela de negocios que ofertaba este título. Me llamó mucho la atención por su oferta de contenidos y metodología, en ese momento **estaba trabajando y me permitía compaginarlo.**

El Marketing Digital es un mundo apasionante donde te puedes especializar en muchas áreas, algo que aporta una visión muy global y un perfil muy polivalente.

Mi paso por EDEM ha sido un punto de inflexión en mi vida profesional dado que, gracias a la formación recibida, actualmente formo **parte del equipo de ventas de Jeanologia** y he trabajado durante los últimos 3 años en diferentes agencias y clientes como TheFoxEstudio, L'Addition o Mapubli.

Y EDEM te abre la puerta a todo esto gracias a su oferta del máster. A pesar de que ya hace casi 4 años de realizar la primera edición del Master de Marketing y Venta Digital, aún sigo formando parte de la escuela.





Analía Orts 2ª Edición

Periodismo

Norauto, Lifting Goup,
Prime Biopolymers



Ester Monte 2ª Edición

Bellas Artes

Hérbolarios Navarro, BABÉ,
RNB Cosméticos

Al finalizar la carrera no tenía muy claro exactamente en qué me quería especializar así que el máster de EDEM se adaptaba a mis necesidades: estudiar un máster práctico, con múltiples módulos que me permitiera, al terminar, empezar a trabajar.

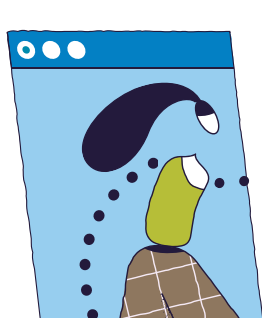
El principal requisito que se exigía en Prime Biopolymers era contar con una visión global de todo el departamento y eso fue lo que me enseñó el MMVD. El hecho de tener un perfil multidisciplinar que me permite trabajar de forma autónoma los diferentes canales y herramientas.

Lo que me llevo en perfil profesional es la capacidad de **ejercer en cualquier área de un departamento de marketing**. Son muchos los contenidos y las ramas de marketing que se **estudian de forma práctica** en el máster. A nivel personal, por supuesto, muchos compañeros con **perfiles muy diferentes** al mío que me han enriquecido a lo largo de todo el MMVD.

A raíz de mi formación universitaria, empecé a adentrarme en el mundo de la venta online y diseño web. Además, mis primeras experiencias profesionales también me permitieron descubrir mi pasión por el marketing y el desarrollo de negocio. De tal modo, decidí buscar una opción que me permitiese **aprovechar mi formación de carácter más creativo junto con nuevas aptitudes analíticas y estratégicas**.

En el máster aprendimos muchas cosas, pero si considero que hay algo muy destacable y que en el proceso de selección es clave, es la **aplicación de los conocimientos de marketing digital y la venta** al entorno de la empresa. Más allá de la teoría, conocer cómo trasladar cada aprendizaje al día a día de una organización.

Parte de este proceso de aprendizaje también se debe a las **prácticas** realizadas durante el máster. El acceso a prácticas de calidad y variadas me ha permitido reforzar la teoría aprendida en la clase y especialmente ha facilitado el salto al mercado laboral.



Perfil startup



Mónica Gras 3ª Edición

Ingeniería en diseño industrial
y desarrollo de productos
CECOTEC, Aldous Bio

Principalmente aprendí una visión general del marketing que me hizo descubrir todas las áreas en las que podría trabajar. **Las clases de SEM y SEO me ayudaron mucho para conseguir mi actual puesto de trabajo ya que dentro de todas mis labores me encargo de esas áreas en Amazon dentro de Aldous Bio.**

Desde el inicio del Master sabía que quería aprovechar la **oportunidad de realizar prácticas** en empresas y tuve la suerte de realizarlas en **Cecotec Innovaciones** donde pude empezar mi vida laboral y aplicar todos los conocimientos que íbamos aprendiendo en clase.

A nivel profesional me llevo prácticamente todo, gracias a las prácticas que realicé durante el master pude **iniciarme en el mundo laboral y desde entonces sigo trabajando y aprendiendo.**



Javier Llopis 4ª Edición

Turismo
Controliza

Me presenté al master un par de semanas antes del comienzo, **necesitaba un cambio laboral** y tenía muy claro que tenía que seguir formándome para poder crecer en mi carrera. Hoy en día creo que es una de las mejores decisiones que he tomado.

En el Master buscaba aprender conocimientos prácticos en todas las áreas del marketing porque tenía muy claro que no me quería especializar en una sola cosa. Respecto a las **prácticas**, encontré en Controliza (Startup acelerada por Lanzadera cuando entré) un sitio donde apostaron por mí desde el primer día para llevar el departamento y en menos de 6 meses ya tenía un contrato laboral y estábamos pensando en ampliar el equipo. Dejando los conocimientos aprendidos aparte. Me llevo las relaciones, sobre todo por la gente que he conocido, me ha dado consejos y me ha ayudado, además de muchos amigos que me llevo para toda la vida.



Nicolas Urrutia 3ª Edición

Publicidad

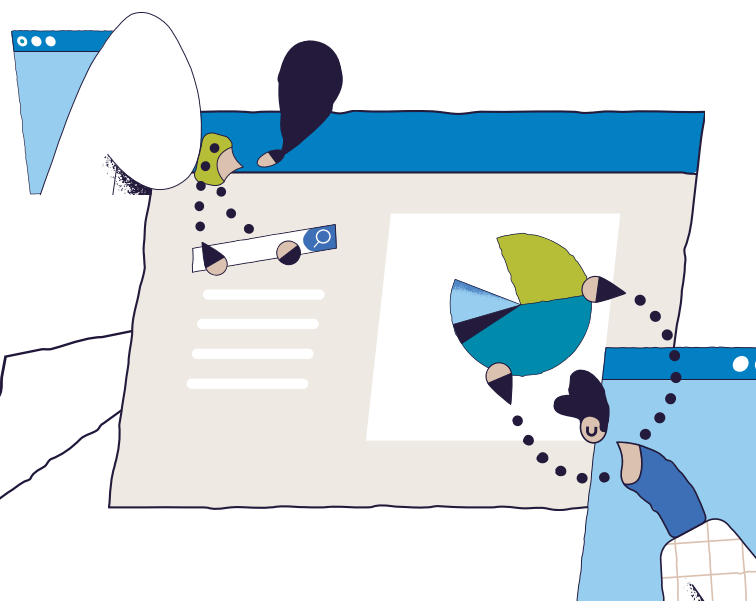
Momoven

Estudié el máster en EDEM porque desde el inicio de la carrera y luego de salir vi que el futuro estaba en el marketing digital, por lo que preguntando e investigando llegué a la conclusión de que EDEM era la mejor universidad para especializarme. Además yo hasta el día de hoy quiero llegar a emprender por lo que Lanzadera también me llamó mucho la atención.

Actualmente trabajo en **Momoven**, una empresa/startup de consumo colaborativo que se dedica al alquiler de motos entre particulares. Es donde empecé a realizar las **prácticas en Lanzadera**, y me ayudó después a continuar trabajando en España. Lo que aprendí y me hizo ser seleccionado en conjunto con mis conocimientos y habilidades de mi carrera fue a crear, implementar y medir.

Me llevo a nivel personal un mundo nuevo, una entrada al mundo laboral español en el sector que me gusta. Y en lo profesional me llevo conocimiento y seguridad. Hoy siento que puedo salir adelante donde sea que llegue.

Como alumno extranjero creo que es una universidad de mundo. Desde la primera clase me di cuenta de que viajé a estudiar a otro continente al lugar correcto.





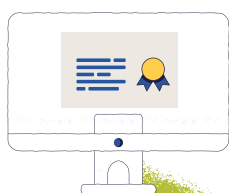
Óscar Roig 4ª Edición
Marketing y Publicidad
Delabla, Hosteltáctil

Tras una **formación previa en Marketing y Publicidad**, este máster me ha acercado al entorno digital de una forma mucho más analítica que la que tenía antes. **El máster profundiza en todas las áreas necesarias dentro de un departamento de marketing.**

Tras haber finalizado mis prácticas a través de una oferta que recibí desde Lanzadera, trabajo en **Hosteltáctil** como **Responsable de Marketing**. Me encargo tanto de la parte digital como del marketing offline.

Actualmente, he podido seguir formándome, sigo estudiando una de las partes que más me gustó del máster en EDEM que fue el SEO. El máster cuenta con grandes docentes y, tanto este como todo el ecosistema de MdE, **te ayudan a aprender haciendo lo que requiere el mercado laboral actual con un gran nivel profesional y humano.**

Datos de empleabilidad



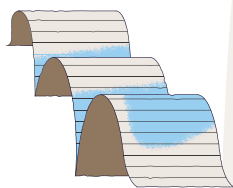
+ 5 ediciones
actualmente 3 por año



+ 50 Profesores
profesionales docentes cada año



+ 30 Prácticas
en empresa cada año



+ 200 Empresas
en bolsa de empleo vinculadas al MMVD



+ 95% Empleabilidad
del máster desde la 1ª edición

EDEM



CENTRO UNIVERSITARIO

Empleabilidad

Master en Marketing Digital

Marina de València, Muelle de la Aduana s/n, Valencia 46024