

Máster

ANALITICA WEB 3ed

Debemos ser capaces de entender el comportamiento de nuestros clientes.

Duración: 170h.

PRESENTACIÓN

“Para ver claro, basta con cambiar la dirección de la mirada.”

Antoine de Saint-Exupery

La analítica web es una nueva y pujante disciplina profesional, que se encarga de medir el comportamiento de los usuarios en internet.

Hemos creado este máster para que tengas la oportunidad de formarte de forma específica en una nueva disciplina profesional basada en la medición, el análisis, y el desarrollo de negocio.

Entre las nuevas disciplinas profesionales que se están creando, la de analista web es una de las más relevantes. **Este nuevo perfil profesional se está convirtiendo en una pieza clave para las empresas de cualquier sector.**

Los expertos en analítica web se están convirtiendo en una pieza imprescindible para las empresas con presencia en Internet, **que se están viendo obligadas a buscar e incorporar estos nuevos perfiles en sus organizaciones.**

Más de 35.000€ al año

(salario de un analista web junior en la actualidad.)

Esta disciplina nace ante la necesidad de conocer cómo se comportan estos usuarios, registrando y analizando el uso que hacen y las reacciones que tienen ante un determinado sitio web. Esto permite apoyar el desarrollo de acciones adecuadas para alcanzar los objetivos previstos.

Este conocimiento pasa a ser relevante ante el crecimiento de la inversión publicitaria en el ámbito online. El reto en la gestión de medios digitales está en marcar objetivos cuantificables, utilizar las métricas necesarias para mejorar su consecución y establecer el análisis adecuado.

Esto permite entender la relación entre lo que cuesta cada una de las acciones en Internet y el beneficio que generan, lo que permite ajustar la inversión en internet de manera eficiente.



Máster patrocinado por la Asociación de Analítica Web

OBJETIVO

El objetivo del máster es formarte como analista web, con los mejores profesionales del sector.

Que practiques lo que te enseñamos: Creemos en el modelo “ponte con”. Para eso, hemos diseñado infinidad de horas de prácticas. Por el máster van a pasar analistas web de importantes empresas para que conozcas diferentes Casos de Negocio (Business Cases.) Aquí tienes alguna muestra:

- Fernando Ortega (Aena)
- Bárbara Mackey (G2)
- Nancy Guillén (Alsa)
- Pilar de Terán (UX en Bankinter)
- Daniel Peña (Traddia)
- Pedro Robledo (Geazen)
- Noe Santos (Toprural)

Entre otras cosas vas a aprender:

- Metodología de base del analista web.
- Análisis y Estrategias ganadoras de optimización de sitios web.
- Gestión y optimización de campañas.
- Análítica web y SEO (informes y seguimiento de la estrategia).
- Herramientas y metodología de optimización web.
- Informes, Reporting y Cuadros de mando de la analítica web.
- Auditoría de los métodos de traqueo.
- Diferentes herramientas de analítica web.
- Elaboración de perfiles y configuración filtros.
- Análítica web y Social Media.
- Ecosistema de la analítica web.

ESTO PIENSAN NUESTROS ALUMNOS

“El Máster en Análítica Web es todo un acierto. Tanto calidad tanto de los contenidos como la estructura del temario, sin olvidarnos de cómo está organizado todo”.

Jorge Álvarez, alumno de la 1ª promoción del Máster en Análítica Web

“En muy pocos sitios a nivel de formación en España, yo diría que casi en ninguno, se puede acceder ni a unos profesionales ni a unos contenidos tan amplios y explicados en tanta profundidad”.

Ignacio Montoya, alumno de la 1ª promoción del Máster en Análítica Web

“Siempre he buscado másters de este estilo y no es fácil encontrarlos.”

Aram Daucik, alumno de la 1ª promoción del Máster en Análítica Web

“Del Máster, destaco sobretodo el contacto con los profesionales del sector; te pueden ayudar, son un apoyo cuando estás empezando. Los profesores son de primera línea”.

José Manuel Valdeolmillos, alumno de la 1ª promoción del Máster en Análítica Web

“El Máster en Análítica Web me está abriendo la mente hacía un campo que conocía a medias y me está dando una visión muy potente sobre la analítica web”.

Eduardo Sánchez Rojo, alumno de la 1ª promoción del Máster en Análítica Web

“Diría que aporta mucho conocimiento, es muy entretenido, y que ayuda a entender un aspecto muy básico que son los usuarios que al fin y al cabo son nuestros clientes. Se aprende mucho.”

Ana Isabel Hernández, alumna de la 1ª promoción del Máster en Análítica Web

INFORMACIÓN DE INSCRIPCIÓN

- **HORARIO y MODALIDADES**
 - Fecha de inicio: **19/03/2012 y 23/03/2012**
 - Fin de Semana / Entresemana.
- **DURACIÓN: 4 meses**
 - HORAS PRESENCIALES: **170h.**
- **LUGAR:**
 - Madrid >> **Aula KSchool** >> José Picón nº31.
 - Barcelona>>**Aula KSchool**>> Por determinar.
- **PLAZAS:** Fin de semana: **24** / Entre semana: **24**
- **PRECIO: 5.995€**
- **DEDICACIÓN: Presencial** y compatible con otra actividad.

CONTACTO

- Información: Guiomar Ramírez
- Mail: info@KSchool.com
- Telf: 915778341 - 913554297
- Dirección: **Aula KSchool** >> José Picón nº31. Madrid.

RESERVA DE PLAZAS, MATRÍCULA Y FORMAS DE PAGO

Para reservar plaza en el Máster de Análítica Web necesitamos que nos envíes el formulario disponible en la [página de inscripción del curso](#). Nosotros te confirmamos por email la disponibilidad o no, de plaza. A partir de ese momento dispones de SIETE DIAS naturales para realizar el pago de la reserva.

Si te apuntas al CURSO DE ENTRESEMANA debes saber que las clases son los Lunes, Martes y Miércoles de 19h a 22h. Hemos puesto este horario para que interfiera lo menos posible en tu vida diaria.

Si te apuntas al CURSO DE FIN DE SEMANA debes saber que las clases son los viernes de 17h a 22h y los sábados de 9h a 14h. Hemos puesto este horario para que interfiera lo menos posible en tu vida diaria. Para que te sea lo más cómodo posible, hemos diseñado varias modalidades de pago:

PAGO ÚNICO

SIN reserva de plaza
Precio Máster: 5.995 €
Descuento 5%: -300 €
Total a pagar 5.695 €

PAGO APLAZADO

CON reserva de plaza (2 plazos)
Reserva plaza: 500 €
Inicio del curso: 2.748 €
Plazo 2: 2.747 €
Total a pagar 5.995 €

CON reserva de plaza
Reserva plaza: 500 €
Pago único: 5.195 €
Total a pagar 5.695 €

CON reserva de plaza (3 plazos)
Reserva plaza: 500 €
Inicio del curso: 1.832 €
Plazo 2: 1.832 €
Plazo 3: 1.831 €
Total a pagar 5.995 €

Nota: los plazos son mensuales, a partir del comienzo del curso.

FINANCIACIÓN

Además, si estás interesado, también puedes financiar tu inscripción en cualquiera de nuestros cursos con el Banco Popular. Este préstamo está destinado a sufragar los gastos de estudios de formación (máster, programas etc.) y sus condiciones son:

- Importe máximo: Coste de los estudios.
- Plazo máximo: 5 años.
- Tipo de interés: 6%.
- Carencia opcional: 2 años.
- Comisión de apertura: 1,00%
- Comisión de reembolso anticipado: 1,50%
- Garantías: Se estudiaría la situación de cada solicitante.
- Intervención: Es obligatoria la intervención de los contratos de préstamo (firma en el notario).
- Obligatorio: Seguro Europréstamo, Europréstamo Mixto o Europréstamo Integrado.

La concesión del préstamo está condicionada a la aprobación del mismo por el departamento de riesgos del Banco Popular.

PROGRAMA

Nos preocupa que puedas seguir las clases y enterarte de todo desde el principio. Para eso, hemos diseñado dos módulos alternativos para que no te pierdas. Estos módulos no tienen ningún coste adicional.

- La Medición: KPI's, Inversión, impresiones, clicks, CTR, conversiones (direct-conversions y post conversions), atribución (criterios y duplicidades), Revenue, ROI, CPA, las cookies y su importancia. Google Analytics para medir Adwords.
- Efectos de otras campañas sobre el SEM: display, offline, SMO,...
- Campañas CPC en otros entornos: Facebook, YouTube, otras redes Adsense
- Nuevas tendencias en Google y en SEM: Google Instant, Google Shopping, SEM en mobile, resultados e-commerce
- Gestión Campañas SEM: agencia o interna, ventajas/desventajas, necesidades, criterios selección

MÓDULOS DE INTRODUCCION

MODULO A: INTRODUCCIÓN AL MARKETING (ALEJANDRO DOMÍNGUEZ)

- Pensamiento Marketing
- Principios del Marketing
- El Marketing Mix
- Diferenciación
- Segmentación
- Marca

MODULO B: PRINCIPIOS TÉCNICOS DE LA ANALÍTICA WEB (JOSÉ DOMÍNGUEZ)

- Arquitectura Cliente / Servidor
- Lógica de los lenguajes de programación
- Qué son las bases de datos
- Qué es el HTML
- Qué es el XML
- Qué son las Cookies
- Qué son las Direcciones IP
- Qué son las etiquetas en la Análítica Web
- Qué es el Java script

MODULO1 LA ANALÍTICA WEB: INTRODUCCIÓN

- Qué es la analítica web
- Para qué sirve la analítica web
- Fundamentos de la analítica web
- Medios clásicos vs. Medios digitales
- Puesta a punto del entorno de trabajo
- Metodología de base del analista web
- Interoperación con departamentos en la empresa
- **Business Case**

MODULO2 OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE UN SITIO WEB

- Establecimiento de Objetivos y KPIs
- Tipos de sitios web y estrategias, objetivos y KPIs básicas
- Alinear la analítica web con la estrategia de negocio
- Talleres a resolver por el alumno:
- Sitio de tipo comercial
- Sitio de tipo contenidos
- Sitio de tipo servicios
- Sitio de tipo conseguir contactos
- Exposición de las soluciones
- **Business Case**

MODULO3 ANÁLISIS

- Métricas Básicas
- Análisis Básico: Tráfico
- Análisis Completo: Conversión
- Segmentación
- Análisis Cualitativo
- Metodologías, tecnologías y herramientas disponibles
- Estrategias ganadoras de optimización
- Talleres a resolver por el alumno:
- Sitio de tipo comercial
- Sitio de tipo contenidos
- Sitio de tipo servicios
- Sitio de tipo conseguir contactos
- Exposición de las soluciones

MODULO4 GESTIÓN DE CAMPAÑAS

- La publicidad on line: fortalezas debilidades y Errores más comunes
- Campañas Online y su etiquetado
- Análisis campañas display / email / afiliados
- Analítica web y SEM (activación, mantenimiento y optimización)
- Optimización de las campañas
- Landing Pages
- Talleres a resolver por el alumno:
- Informes de las distintas campañas del site
- Exposición de las soluciones
- **Business Case**

MODULO5 ANALÍTICA WEB CON SEO

- Analítica web y SEO (informes y seguimiento de la estrategia)
- Talleres a resolver por el alumno
- Caso práctico SEO
- Exposición de las soluciones

MÓDULO6 - NO LES HAGAS PENSAR: USABILIDAD

- La usabilidad: Si los usuarios no lo entienden no lo usan
- Métodos para medir la usabilidad (heatmaps, eye tracking...)
- Analítica web y Usabilidad / Arquitectura de la Información
- Casos de Fracasos y éxitos
- Talleres a resolver por el alumno:
- Sitio de tipo comercial
- Sitio de tipo contenidos
- Sitio de tipo servicios
- Sitio de tipo conseguir contactos
- Exposición de las soluciones

MODULO7 OPTIMIZACIÓN

- Optimización del Site
- Herramientas de optimización web
- Metodología de optimización web
- Test A/B y MVT
- Interpretar resultados
- Talleres a resolver por el alumno:
- Caso práctico optimización site
- Exposición de las soluciones

MÓDULO8 - INFORMES Y REPORTING

- Tipos de informes
- Elaboración de Informes
- Cuadros de mando de la analítica web
- Infografía
- Comunicación interna
- Visualización de datos y conclusiones
- Talleres a resolver por el alumno
- Informe explicativo
- Elaboración cuadro de mando
- Informe completo
- Exposición de las soluciones
- Business Case

MÓDULO9- TECNOLOGÍA Y HERRAMIENTAS

- Cómo funcionan las herramientas
- Herramientas analítica web
- Implementación herramientas (+checklist)
- Fallos y falta de confianza en su recogida
- Auditoría de los métodos de traqueo
- Elaboración de perfiles y configuración filtros
- Seguimiento de variables personalizadas
- Talleres a resolver por el alumno
- Experimentar con las "tripas" de las herramientas
- Exposición de las soluciones

MÓDULO10 - ANALÍTICA WEB, SOCIAL MEDIA Y COMPETENCIA

- Analítica web y la Competencia
- Optimización de la cuota del mercado
- Analítica web y Social Media
- Talleres a resolver por el alumno
- Estrategia social media
- Estrategia competencia
- Exposición de las soluciones
- Business Case

EL ANALISTA WEB (SESIÓN FINAL Y CONCLUSIONES)

- Modelo de madurez de la analítica web
- Ecosistema de la analítica web
- Gestión eficaz del tiempo del analista web
- Proyecto final: Plan de Analítica Web completo para un site
- Business Case

PROFESORES**Gemma Muñoz - Consultora Estratégica y Directora del Máster**

Gemma Muñoz es diplomada en informática y tiene un máster en Web Analytics por la Universidad British Columbia. Actualmente dirige el departamento de Analítica Web en Panda Security. Tiene un blog sobre analítica web, “¿Dónde está Avinash cuando se le necesita?” y escribe habitualmente en el blog especializado en las últimas tendencias de Marketing “Territorio creativo”. También participa como docente en diversos masters sobre Marketing Intelligence en la escuela de negocios ESIC, es colaboradora activa en el Conversion Thursday que se celebra mensualmente en Madrid y ha participado como ponente en diversos eventos del sector.

**Alejandro D. Doncel- Director de KSchool**

Alejandro, es Ingeniero Técnico en Informática, con especialidad en Gestión por la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI-ICADE) y Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC. Desde hace más de 12 años Alejandro desarrolla e imparte seminarios y conferencias en diversas escuelas de negocios, entre las que se encuentran el Instituto de Empresa, ESIC, ICADE, La Salle y EAE, sobre cómo gestionar áreas de marketing y ventas desde nuevas perspectivas. Alejandro es también autor de nueve libros sobre marketing y tecnología, publicados por las editoriales Anaya y ESIC, e innumerables artículos sobre marketing y ventas en revistas especializadas. Actualmente se dedica a desarrollar áreas de marketing y ventas con nuevos enfoques para compañías de diversos sectores, desde aleamarketing, su propia consultora. Con anterioridad ha sido director de marketing y ventas en diversas promotoras inmobiliarias, Publisher en el Grupo Pearson, y consultor en Grupo Alfaro, Netjuice y Arthur Andersen.

**Tristán Elósegui – Responsable de marketing online de la agencia Secuoyas**

Tristán Elósegui es el responsable de marketing online de la agencia Secuoyas. Se dedica al mundo de Internet desde el año 2000, en empresas como Digital+, ING Direct, Elipsos y Vocento. Tiene su propio blog tristanelosegui.com donde escribe sobre marketing online, y especialmente sobre marketing de resultados, analítica web y social media. Además ha escrito en otros blogs, dado conferencias e impartido clases en varios centros. En 2009 funda el club de lectura de marketing online TheMondayReadingClub.com. Club que, en menos de un año, cuenta con presencia en diez ciudades españolas.

**Nacho Carnés - Senior Director, Marketing en Kaspersky Lab**

Licenciado en Ciencias de la Información, rama Publicidad y RRPP, Especialista en Gestión Publicitaria y Master en Marketing Intelligent. Actualmente trabaja como Online Manager para España y Portugal en Kaspersky lab, Multinacional de Seguridad Informática (sistemas de protección contra virus, spam y ataques de hackers) de origen Ruso con unos de 300 Millones de usuarios repartidos por todo el Mundo. Anteriormente ha trabajado para empresas como Yahoo!, Globalia, COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA o Netthink, por lo que tiene experiencia desde el lado del Medio, del anunciante, desde la agencia creativa y desde la central de planificación y compra de medios. Durante toda su trayectoria ha sido el Research, la orientación estratégica dirigida a la consecución de objetivos, la medición para buscar la optimización de los esfuerzos y recursos humanos, económicos y tecnológicos, y el roi (retorno de la inversión), lo que ha hecho madurar su visión sobre el Marketing, la publicidad, las nuevas tecnologías y un cambio de paradigma en el que surgen nuevos retos, nuevos modelos de negocio, y nuevas oportunidades para empresas y personas. Tiene su propio Blog, Ideas de Marketing, donde encontrareis sus reflexiones sobre Marketing en Internet, además escribe en otros Blogs y colabora como Profesor y Ponente en ESIC, Business & Marketing School.

**Ricardo Tayar - Director de comercio electrónico en Máster Distancia, S.A**

Zaragozano nacido en 1975 y licenciado en Derecho, comenzó a trabajar en Internet en 1998 en un pequeño ISP, evolucionando posteriormente hacia el diseño web y la gestión de equipos y proyectos de internet en diferentes empresas. En el año 1999 o 2000, y casi sin saberlo, tomó su primera decisión en base al análisis web: con los datos de webalizer de un sitio web decidió hacer una versión en inglés por el elevado número de visitas extranjeras. Esa pequeña decisión sirvió para comprender que el saber interpretar los datos de un sitio web y decidir en consecuencia constituye, en gran medida, la base del éxito. Actualmente director de comercio electrónico en Master Distancia, S.A, grupo de empresas en el que empezó a trabajar en 2006 como responsable del área de internet. En su trabajo diario, el análisis web tiene un papel fundamental, así como la estrategia en internet y la gestión de proyectos y de recursos. En el ecommerce la optimización continua, el análisis y la autocrítica son claves para lograr resultados en un mercado cada vez más competitivo por la gran cantidad de empresas que participan.

**Juan Leal - Fundador Seisdeagosto.com / Co-fundador ilios Network**

Juan Leal lleva más de 10 años trabajando en el mundo de la Usabilidad y el Diseño de Interacción. Asesora a empresas y start-ups sobre cómo hacer más sencillos sus procesos digitales, para que sean fáciles de entender para cualquier ser humano.

Licenciado en Ergonomía y Factor Humano por la Universidad Técnica de Lisboa, y Diplomado en Educación por la Universidad de Extremadura, comenzó su carrera profesional trabajando para una de las primeras consultoras especializadas en Diseño de Interacción:

IconMedialab, en su oficina de Lisboa. Más tarde se incorpora al equipo de Experiencia de Usuario de Terra Networks, en Madrid. También trabajó como Director de Usabilidad en Idealista.com y fue docente en la Universitat Oberta de Catalunya, impartiendo clases de Diseño de Interacción. Hoy dirige su propio estudio de Usabilidad y Diseño de Interacción, Seisdeagosto.com, donde trabaja para clientes como Nokia Finlandia, Vogue, Marca, Endesa, BBVA, Elektrobit Finlandia o Vodafone Portugal. Ponente habitual en eventos del sector, también es co-fundador de 2 start-ups (Kakoe.es y Voota.es) e inversor en otras 2 (Vinogusto.com y Masquemedicos.com). Juan Leal escribe sobre estos temas en su cuenta de Twitter: [Twitter.com/Seisdeagosto](https://twitter.com/Seisdeagosto) y en su blog personal: Seisdeagosto.com/indica.

**Daniel Torres-Burriel – Director de UX Learn**

Tengo 15 años de experiencia trabajando para el canal web y 8 como consultor de usabilidad y experiencia de usuario (UX).

He pronunciado más de 50 conferencias sobre el tema y me dedico profesionalmente a la formación y consultoría de usabilidad y experiencia de usuario.

Mi último proyecto destacable es la dirección de un centro de formación presencial en usabilidad, experiencia de usuario y arquitectura de información llamado UX Learn (www.uxlearn.com)

Desde el año 2003 lo cuento casi todo en mi blog www.torresburriel.com. Le tengo un cariño muy especial. No podría vivir sin internet... ni sin Twitter (@torresburriel)

**Javier Godoy - Socio y Director de Estrategia de Inspiring Move**

Actualmente soy socio y Director de Estrategia de Inspiring Move, una agencia de servicios de marketing con la que comencé colaborando y terminé absolutamente involucrado. Anteriormente trabajé entre 2006 y principios de 2008 para Tequila, agencia de servicios integrados de marketing del grupo TBWA, como director de servicios de marketing relacional online para clientes de la agencia. Mi trayectoria profesional es un tanto curiosa y me ha llevado a conocer disciplinas muy variadas, aunque todas ellas convergen en el uso de los canales digitales, con o sin integración con otros canales, para el desarrollo de marca. Tras iniciarme en el mundo Internet en Netjuice en el año 99 y más concretamente en dondecomprar.com que posteriormente se convertiría en Kelkoo.com, he sido Director de Marketing para Condenet, la división de medios digitales de Condé Nast, poniendo en marcha sus canales online en España. Durante un tiempo he trabajado como consultor y formador desde mi propia empresa de servicios de marketing, y como director de procesos para una empresa industrial del sector textil, donde dirigí la implantación de un sistema CRM, primero como consultor y posteriormente como responsable desde la empresa.

**René Deschamps - CEO en NextStage Analytics**

René Deschamps Otamendi is an entrepreneur specialized in Internet technologies, web strategy and digital measurement. Deschamps Otamendi successfully sold in 2008 his first company, OX2, to the international full-service Interactive Agency LBi/IconNicholson (LBi Group). OX2, an Interactive Agency specialized in Web Analytics services, was founded in 2003 and its level of expertise was recognized internationally by research firms such as Forrester. OX2 was considered by the industry as one of the European leaders in the field of Web Analytics, Web Performance and Online Optimization, successfully linking content management, emailing and CRM tools to data gathered through the online channel. After OX2, Deschamps Otamendi, became CEO of NextStage Analytics whose mission is to bring science into the marketing field in order to assure accountability, making it a less obscure art by defining which 50% of the marketing spends are rendering true return on investment. At NextStage he helped defining a set of products including NextStage Sentiment Analysis that was featured by Gartner in his 'Cool Vendor Report'. Deschamps Otamendi has held the Globalization Chair of the Web Analytics Association and took leadership upon its expansion and international representation, assuring the global approach of the association. He has also been a member of the advisory council of the eMetrics Marketing Optimization Summit for the past 3 years. Addicted to the Internet since he got his first home Internet connection back in 1995, René has a real passion for the Internet Industry and has worked for the "agency side" since 2001. Besides his initial education in political sciences, his international background and language skills allows him to bring to the table a true globalized perspective.

**Fernando de Pablo - Diseñador gráfico y web**

Fernando de Pablo es licenciado en Bellas Artes por la UCM, con estudios de doctorado en la Leeds Metropolitan University UK. y formado desde la Escuela de Artes y Oficios de Madrid en el mundo del diseño, el dibujo y la pintura. Actualmente trabaja como diseñador gráfico y web en el sector financiero y anteriormente como profesor de comunicación audiovisual e ilustrador freelance en agencias de publicidad. Ha expuesto su obra plástica a lo largo de quince años por galerías de arte de toda la geografía española. Desarrolla los métodos del Concept Draw y el Visual Thinking importando la corriente norteamericana del "Doodle Revolution" en diferentes masters y ponencias. Instrumentaliza como herramienta el dibujo aplicado al desarrollo creativo en entornos de empresa y escribe en su propio blog "Dibujario inteligente" sobre el tema. En twitter @dibujario.

**Adrián Segovia - Jefe de Analítica Web de El PAÍS**

Es periodista y Analista Web. Ha desarrollado su carrera profesional en Vocento (responsable de Investigación y Marketing Promocional) y el Grupo Prisa, dónde ha sido Responsable de Intelligence Marketing de PrisaCom y actualmente es el jefe de Analítica Web de El PAÍS. Además, es representante de los medios de comunicación online españoles en el Consejo de Mediciones Digitales (actualmente Mesa de Contratación), asociación que cuenta con la AIMC y la IAB como valedores. Adrián es ponente habitual de prestigiosos eventos de Internet y de Analítica Web, tales como: Congreso SEO Profesional, EBE, eMetrics, Internet Marketing Conference, Conversion Thursday, Omniture Summit, etc. También es profesor del Máster de El País, de varias Universidades como al Carlos III, la Pontificia de Salamanca, Navarra, Autónoma de Barcelona y la UOC.

**Rubén Gallardo - Audience Development Senior Manager en Prisa Digital**

Es en la actualidad Audience Development Senior Manager en Prisa Digital. Anteriormente responsable de Analítica Web y Business Intelligence en Telefonica Publicidad e Información, posteriormente denominada Yell Publicidad. Titulado en Estadística por la Universidad Complutense de Madrid, se ha especializado durante los últimos 10 años de su carrera en Analítica Web y en la integración de las diferentes herramientas con el resto de sistemas de información de una compañía (CRM, Warehouse financieros, ad-servers, etc...) .Amplia experiencia en el desarrollo e implantación de sistemas Web

analytics, tanto de desarrollo interno (logs y tags) como de herramientas externas (Omniture, Unica, Webtrends y Google Analytics).



Lakil Essady - Consultor independiente en estrategia y optimización

Hace poco Lakil Essady dejó su puesto como director del área de Digital Marketing Optimization y Social Media en Nurun para centrarse en consultoría sobre marketing digital concretamente SEO y conversión. Es autor del blog SEO 2.0 donde publica reflexiones sobre las novedades de SEO y Social Media), y **co-organizador** del Evento SEO que es una conferencia bimensual gratuita dirigida a profesionales del sector. No puedes dejar de **seguirlo en Twitter** @lakil.



Xavier Colomé - Web Analytics Manager en Atrapalo.com

Xavier Colomé es Web Analytics Manager en Atrapalo.com y un apasionado de la Analítica web. Político de carrera, empezó de maquetador en el año 2000, formando parte de una de las .com más importantes de capital Español donde fue creciendo como desarrollador web. Más tarde acabaría en Bayer como Consultor Web y CMS, donde estuvo 4 años, para dar el salto a Mundo Deportivo para ser responsable de Analítica Web y SEO después de terminar un Postgrado de Brand Community Management.

Xavier es autor de 3 libros "CSS y DHTML", "CSS, DHTML y AJAX" y "CSS", gestiona el blog de Marketing Online www.top-rankin.com. Es un apasionado de la docencia y participa como ponente en varios masters y postgrados.

Puedes seguirle en twitter en @xavier_colomes



Miguel López - Director Marketing Online Valencia

Miguel López es ingeniero técnico en informática por la UPV y trabaja con internet desde 1993, dos años antes de que existiera Google. Tras pasar por diversas empresas de tecnología, dirigiendo proyectos online, volvió a Valencia a poner en marcha sus propios proyectos relacionados siempre con el marketing online.

Desde 2005 es consultor de marketing online para PYMEs y docente para entidades y empresas. Actualmente dirige los proyectos TallerSEO, Marketing Online Valencia y Consultores Valencia y en 2010 organizó el I Congreso SEO Profesional en Valencia.

Es autor del Libro SEO: Posicionamiento en Buscadores, editado en 2007 y sus artículos sobre SEO aparecen regularmente en Territorio Creativo, así como entrevistas y menciones Revista Hosteltur, diario Cinco Dias, etc.



Víctor Puig - Consultor de estrategia en Internet

Consultor de estrategia en Internet y colabora en la agencia Overalia como Director de Reputación y Contenidos. Periodista de formación, es también Máster Europeo en Comunicación Interactiva, Telecomunicaciones y Multimedia. Comparte ideas acerca de cómo los ciudadanos usan la Red y sobre la Gestión de la Reputación Online en el blog Los Contenidos Cuentan en victorpuig.es.

Colabora habitualmente como formador con universidades y organizaciones empresariales (Brand Community Management de La Salle, Inesdi, Máster en Proyectos de Comunicación Online UIC-La Vanguardia, Cebek, Deusto, Mondragon Unibertsitatea, Rovira i Virgili) y ha participado como ponente o moderador en numerosos congresos y eventos relacionados con el marketing online, estrategias de uso de los contenidos en Internet o el uso de las Redes Sociales.

Ha desarrollado su carrera profesional en Internet desde 1996, pasando por diferentes modelos de negocio: editorial (La Vanguardia Publicaciones), portales (Excite), comercio electrónico (BOL), desarrollo de negocio y contenidos (MTV), agencias de marketing en buscadores (Overalia). Puedes seguirle en su twitter @victorpuig



Nacho Montoya - Socio de Emergya

Nacho Montoya es socio de Emergya, consultora Andaluza con sede en Madrid especializada en el desarrollo de soluciones tecnológicas basadas en software libre. A lo largo de sus más de 12 años de profesional en el mundo tecnológico ha sido socio y profesor en la Cisco Networking Academy de Andalucía, ha trabajado como freelance ofreciendo servicios de consultoría en usabilidad, diseño de experiencia de usuario o posicionamiento SEO, y ha ocupado distintos puestos en startups del sector de internet.

Actualmente dirige la unidad de Internet en Emergya, que comprende las áreas de marketing online y desarrollo web. Es responsable de la generación de ofertas, gestión de clientes, y dirección y coordinación última de equipos y proyectos.

**Noemí Santos - Business Case: toprural.com**

Licenciada en Documentación por la Universidad Carlos III de Madrid, Noemí es en la actualidad Directora de Marketing y Analítica Web de toprural.com

Noemí Santos ha desarrollado su carrera profesional en Internet desde 2002. Entre 2004 y 2007 trabajó como consultora en la compañía e-Intelligent, dedicándose a la gestión de contenidos, usabilidad y accesibilidad, SEO y analítica web. Con anterioridad fue gestora de contenidos en madridmasd.org.

**Jorge Casasempere Ruiz - Business Case: Vodafone**

Online Analytics, Insights & KPI's Manager in Vodafone Spain. Responsible of Online Analytics, Insights, Goals and KPI's in the VFES (Vodafone Spain) Online Programme (Web Analytics, Online Competitive Intelligence, Marketing Online, Online Surveys, Test, Internal Search Marketing, Social Media Analytics, Online Reputation, Online Customer Experience.) Programme Management: promoting the agreements and actions needed to achieve the objectives of time and quality (VFES Online Programme) among the different teams (BU, Customer Operations, Brand, Communication, PPRR, Technology.)

Collaborate on defining the goals, operational plan, strategy and budget for the Online Programme.

Local coordination with other internal teams to manage and prioritize their online requirements.

International Coordination and interface with the Online Programme at Vodafone Group. Online

Customer Experience: Collaboration in the definition of the online customer experience, ensuring the alignment of it with Vodafone Group.

**Gema Mora - Responsable de Analítica Web Vocento**

La trayectoria profesional de Gema en Internet comenzó hace 17 años, su actividad ha estado ligada al marketing online como responsable del proyecto Internet de Planeta Fortuna para Altadis y Cortefiel, y está enfocada en la Analítica Web desde hace 7 años para empresas como Carrefour Online y Vocento, donde actualmente es responsable de Analítica Web del grupo.

Gema tiene estudios de Informática por la Universidad Politécnica de Madrid, posee un Master Executive in Relational Marketing, CRM and e-Commerce por ESIC-ICEMD y el Award of Achievement in Web Analytics por la Universidad British Columbia. Es ponente regular en eventos de analítica web y marketing online y colabora como docente en diversas escuelas de negocio.

**José Domínguez Alconchel - GAAP Editorial**

José, es Ingeniero Técnico en Informática, con especialidad en Gestión por la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI-ICADE) y Executive MBA por el Instituto de Empresa.

José es también autor de 22 libros sobre tecnología, publicados por las editoriales Anaya Multimedia, McGraw-Hill y GAAP Editorial, e innumerables artículos sobre tecnología y programación en revistas especializadas.

Desde 2002 se dedica a la consultoría y el desarrollo tecnológico de las áreas de marketing de producto, ventas y comunicación on-line de empresas de diversos sectores y tamaños (Farmacéuticas, Telecomunicaciones, Alimentación, Ocio). Con anterioridad ha sido gerente de la División Profesional en McGraw-Hill, responsable de publicaciones on-line en Hobby Press y editor en Anaya Multimedia.

Ponentes Business Case.

- Bárbara Mackey (G2)
- Nancy Guillén (Alsa)
- Pilar de Terán (UX en Bankinter)
- Gonzalo Álvarez (el Arte de Presentar)
- Daniel Peña (Traddia)
- Pedro Robledo (Geazen)

**Nancy Guillen - Business Case: Alsa**

Licenciada en Publicidad por Southern Methodist University en Dallas, Texas, máster en Comunicación Empresarial por ESIC y máster en Marketing Directo, Relacional e Interactivo por ICEMD - ESIC.

En la actualidad desempeña su actividad profesional como Paid Search y Affiliate Channel Manager en Panda Security. Anteriormente, ha trabajado en el departamento de marketing online de QDQ Media y como Project Manager en Hurra Communications.

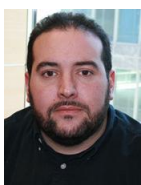
**Pedro Robledo – Sales Manager en Geazen**

Pedro Robledo es un profesional apasionado del marketing de afiliación. Actualmente es Sales Manager en Geazen, una red de afiliación española basada en la transparencia y la innovación de la que es socio y co-fundador.

Ha trabajado como comercial en la multinacional sueca de marketing de resultados, TradeDoubler y en la multinacional española Antevenio, participando en el proceso de internacionalización de la compañía, especialmente en la parte del marketing de resultados de Netfilia (marketing de afiliación y campañas de email marketing/display). Le encanta hablar sobre marketing de afiliación y ayudar a las empresas a conseguir sus resultados en internet.

**Bárbara Mackey - Business Case: G2**

Bárbara Mackey es licenciada en Publicidad y RR.PP, y en Investigación y Técnicas de Mercado, y ha realizado el máster en Web Analytics de la University British of Columbia. Empezó su carrera profesional dedicándose a la publicidad online en AdLink Media. En los años posteriores a su paso por Adlink, ha sido responsable de Marketing de los sites Aprendemas.com y Mastermas.com, ha trabajado en Investigación de Mercados offline de productos de gran consumo, dentro de TNS Worldpanel, y ha llevado la analítica web dentro de la agencia interactiva Nurun. Ha sido responsable de analítica web para los portales de Caja Madrid, y actualmente es Analista Web Senior en G2. Además escribe sobre esta disciplina en su blog webanalyticsymas.com, y es miembro del grupo de las Madrid geek girls.

**Daniel Peña - Business Case: Traddia**

Daniel Peña es socio fundador y Director de Marketing de Traddia y de Incuentra.com, plataformas que vienen a revolucionar el mercado de la publicidad local, liderando todos los esfuerzos de Marketing y medición de resultados de la empresa.

Anteriormente, Daniel Peña ha desarrollado las funciones de Director de Producto y Marketing para CocaCola.es, dentro del proyecto happing donde se ha enfocado en las áreas de definición de producto y, especialmente, en el desarrollo de las herramientas de medición, paneles de control y análisis del ROI del proyecto. Ha sido también responsable de las estrategias de marketing de la plataforma, incluyendo el posicionamiento dentro de las redes sociales.

Previamente ha sido Consultor de comercio electrónico para Terra, y fue el primer Director de Producto de PayPal España y Product Manager de eBay España habiendo participado en el lanzamiento de ambas plataformas.

**Pilar de Terán - UX Senior Manager en Media net Software**

Soy Pilar de Terán y trabajo en el campo de la experiencia de usuario en web.

Estudié Bellas Artes e hice un master en tecnologías digitales en el que descubrí a lo que me quería dedicar.

Empecé como diseñadora web en una agencia de marketing y en el año 2000 pasé a formar parte del área de internet de Bankinter. Actualmente trabajo en Medianet Software, para un proyecto del BBVA.

Aunque mi formación inicial es artística, siempre he pensado que lo interesante de nuestro trabajo es conocer todos los temas relacionados. La Experiencia de Usuario es la que más me ha interesado siempre porque creo que es lo que le da valor a un buen producto.

Ahora mi interés está girando un poco hacia la comunicación. Pienso que el futuro de la comunicación por medio de terminales (internet, móvil, ipads...) estará en manos de gente que pueda entender de una manera global al usuario, y la parte emocional me parece que todavía está por explotar.



Gonzalo Álvarez – Socio en El Arte de Presentar

Gonzalo Álvarez Marañón (www.gonzaloalvarez.com) es Ingeniero Superior de Telecomunicación por la UPV/EHU y Doctor en Informática por la UPM.

Ha participado como contribuyente y conferenciante habitual en congresos, publicaciones científicas y foros sobre nuevas tecnologías e Internet, con cerca de 500 artículos publicados.

Como aficionado, ha dibujado cómics, realizado ilustraciones para revistas y actuado como cuentacuentos en pubs.

Ha sido columnista de varios periódicos (El Mundo, El Correo) y redactor de revistas especializadas (iWorld, PC World), autor de los libros “Los mejores trucos para Internet” (Anaya Multimedia, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006), “Seguridad informática para empresas y particulares” (McGraw-Hill, 2004) y “Cómo protegernos de los peligros de Internet” (Catarata/CSIC, 2009).

Ha formado a cientos de profesionales y directivos sobre cómo hacer presentaciones y cómo hablar en público, tanto en el ámbito científico como empresarial.

Es profesor de la asignatura Comunicación Científica en la UPM.

Edita un blog sobre el arte de presentar en www.elartedepresentar.info.

En Kschool pensamos así:

1. Si el sistema no está preparado para darnos el conocimiento que necesitamos lo vamos a conseguir por nuestra cuenta.
2. Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.
3. Si dependemos de nosotros mismos, vamos a pensar por nosotros mismos.
4. No queremos, ni podemos sentarnos a esperar a que alguien se fije en nosotros.
5. No hay ningún mapa. Debemos hacer nuestro camino, y es un camino que muchas veces no ha sido explorado, pavimentado, ni señalado.
6. Nuestro conocimiento es la clave de nuestro desarrollo personal y profesional.
7. Todo el mundo tiene algo que enseñar. Queremos aprender todos de todos.
8. En el mundo del conocimiento, cuanto más se comparte más se tiene.
9. Lo que aprendemos es lo que practicamos.
10. Especializarse es ponerle un apellido a nuestra profesión. Es echarle especias a nuestro ingrediente principal.
11. Queremos construirnos un futuro fuera del rebaño. Para eso vamos a pensar y hacer las cosas de forma diferente.
12. No vamos a seguir instrucciones a ciegas, no vamos a ser pelotas, no vamos a mantener la cabeza agachada. Esas formas no van con nosotros.
13. Vamos a estar siempre en movimiento. No vamos a parar de movernos. Somos inquietos, y nos gusta ser así.
14. Como queremos resultados diferentes, vamos a hacer las cosas de forma diferente.
15. Las pirámides son monumentos funerarios. Nos divierte verlas en los libros de historia, no sufrirlas en nuestro trabajo.
16. Nuestro mercado no es el de los empleos. Es el de las oportunidades.
17. Queremos colaborar con nuestras empresas a generar ingresos, no queremos tener un simple empleo.
18. Queremos avanzar elaborando mejores recetas, no cocinando más.
19. Queremos poner vida a los años, no solo años a la vida.
20. Somos mucho más que un perfil y unas competencias. Somos algo más que las hojas de nuestro Cv.
21. Queremos levantarnos con ilusión los próximos 40 años. Queremos hacer las cosas con pasión, cariño y humanidad.