



Programa Avanzado

Programa Avanzado de Marketing Online

En un mundo más abierto, competitivo y transparente estamos obligados a replantearnos la forma de planear y desarrollar el marketing.

Duración: 56h.

PRESENTACIÓN

“El pasado ya no es y el futuro no es todavía.”

San Agustín

Llevamos un tiempo metidos en un **cambio de ciclo** (no sólo económico). Debemos abandonar definitivamente la forma de trabajar que aprendimos en la época de la revolución industrial.

La globalización, la crisis económica, la innovación, el crecimiento de la población, los social media... están cambiando la forma de hacer negocios. En una época de tantos cambios debemos plantearnos cuál va a ser nuestra ventaja competitiva (en un mundo donde el modelo anterior no vale) dentro de 10 años.

Si estamos de acuerdo en esto, entonces ¿por qué seguimos haciendo las cosas como hace 20 años? Nosotros creemos que debemos empezar a desarrollar nuevos enfoques para desarrollar el marketing más allá de lo hemos estado haciendo hasta ahora.

OBJETIVO

El objetivo de este curso es mostrar cómo se puede desarrollar e integrar un plan de marketing online con el plan de marketing tradicional, mostrando los principales conceptos y herramientas del Marketing Online.

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 profesionales de importantes empresas para que conozcas **diferentes casos y formas de hacer las cosas**.

CONTACTO

- Información: Guiomar Ramírez
- Mail: info@kschool.com
- Telf: 915778341 - 913554297
- Dirección: **Aula KSchool** >> José Picón nº 31. Madrid

INFORMACIÓN DE INSCRIPCIÓN

- **HORARIO y MODALIDADES**
 - **Entresemana:** jueves y viernes de 16:30 h a 21h.
- **DURACIÓN: 2 meses**
 - **HORAS PRESENCIALES: 56h.**
- **LUGAR:** Madrid >> **Aula KSchool** >> Centro de Negocios Ibercenter: Plaza de Carlos Trías Bertrán nº 4.
- **PLAZAS: 25**
- **PRECIO: 1.950€**
- **DEDICACIÓN:** Presencial y compatible con otra actividad.

RESERVA DE PLAZAS, MATRÍCULA Y FORMAS DE PAGO

Para reservar plaza en el Máster de Técnicas de Marketing Online 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 debes saber que las clases son los Jueves y los viernes de 16:30h a 21h. 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: 1.950 €

Descuento 5%: -98 €

Total a pagar 1.853 €

CON reserva de plaza

Reserva plaza: 500 €

Pago único: 1353 €

Total a pagar 1.853 €

PAGO APLAZADO

CON reserva de plaza (2 plazos)

Reserva plaza: 500 €

Inicio del curso: 725 €

Plazo 2: 725 €

Total a pagar 1.950 €

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

1. VISIÓN GENERAL DEL MARKETING ONLINE Y PRESENTACIÓN DEL CASO PRÁCTICO FINAL.

- Visión general del marketing online.
- Ciclos de Marketing Online.

2. PLAN DE MARKETING ONLINE

- Cómo crear un plan de marketing online.
- Integración del marketing online en la estrategia global de la compañía.
- El Caso Práctico.

3. CAMPAÑAS DE DISPLAY

- Publicidad, comunicación persuasiva.
- Publicidad en Internet: Display Advertising.
- Modelos: CPM, CPC, CPL, CPA.
- La afiliación: esfuerzo publicitario cuyo fin último es generar conversiones.
- Fórmulas, Formatos y Criterios de Segmentación. El Media Planning.
- Novedades, Publicidad en Feed RSS.
- Medición de la post-impression y el análisis de su impacto sobre las conversiones.
- Behavioral Targeting, Re-Targeting, Re-Messaging.
- Relación Display Ad - Search (SEM).
- Sinergias entre publicidad on y off.
- El Path Comportamental.

4. CAMPAÑAS SEM

- Marketing Digital, Publicidad Online y SEM. Principios básicos del marketing de resultados y papel del SEM.
- Los Buscadores como herramienta de generación de tráfico y ventas.
- Google Adwords: campañas de coste por clic, conceptos básicos.
- Objetivos de una campaña en Adwords: planteamiento y definición.
- Abrir una cuenta en Adwords: temas a tener en cuenta.
- Creación de una campaña de Adwords: configuración, pasos, estructura.
- Definición de objetivos en los indicadores principales de campaña.
- Elaboración de listados de keywords y keyphrases: benchmarking, análisis, selección.
- Estimación de precios, presupuesto inicial y estimación de tráfico.
- Creatividades: grupos de anuncios.

- Url's, landing pages: importancia.
- Informes y estadísticas: elaboración y seguimiento de resultados.
- Optimización y depuración de campañas.
- Medición de rentabilidad de campañas: el ROI y otros indicadores.
- Herramientas útiles para SEM: Insight, Trends...
- Facturación y pagos con Adwords

5. CAMPAÑAS SEO

- Relevancia de hacer SEO para las marcas.
- Indicadores que establecen la importancia de la notoriedad online.
- ¿Cómo funcionan los buscadores?
- Principios básicos de funcionamiento de los buscadores: índices, algoritmo, PR, universal search, etc.
- ¿Qué podemos lograr aplicando SEO?
- Métricas que establecen el impacto de un proyecto SEO. Pilares SEO.
- Overview de los 3 pilares fundamentales de SEO: Indexabilidad, Contenido y Popularidad.
- Hablemos de Kwp.
- Elementos básicos de un análisis SEO. Importancia de la selección de kwp adecuadas.
- Universal Search, más allá del texto.
- Optimización de imágenes, vídeos y notas de prensa.
- Algunas Herramientas.
- Repaso de algunas herramientas de utilidad gratuitas: Wonder Wheel, Google Adwords, Trends e Insight, etc.

6. INTRODUCCION AL MARKETING MOBILE

- Acciones que incluye la disciplina del marketing móvil
- Aplicaciones. El fenómeno de las aplicaciones
- Cómo desarrollar una estrategia de Mobile Marketing
- El factor tecnológico
- La planificación en el medio y la integración con otros medios

7. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

- Que es y para qué sirve la analítica web
- Métricas básicas, Ratios (orientadas a conversión y comportamiento en site)
- Establecimiento de objetivos y KPIs
- El análisis básico: Tráfico (Fuentes, Contenido, Usuarios, Keywords, ...)
- El análisis completo: Conversión (Embudos u Objetivos, Segmentación)
- El análisis cualitativo: Buscar el por qué
- Campañas online: tracking + análisis
- Otras estrategias y/o técnicas: Testing, Site Overlay, Eventos, Búsqueda interna

- Elaboración de informes
- Herramientas de analítica web y complementarias a ésta
- Social Media: medición de las campañas
- El analista web: conclusiones

8. ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING

- Social Media e integración con el plan de marketing.
- Social Media y negocio. ¿Dónde se cruzan?
- Estado de la marca en Social Media.
- Análisis “social” de la competencia.
- Personas, nichos y comunidades afines.
- La personalidad de la marca.
- Los públicos objetivos y las personas.
- Los hechos.
- El movimiento.
- Los hitos.
- Las acciones colectivas.
- La identidad digital.
- Calendarización.
- Plan editorial.
- Plan de lanzamiento.
- Métricas y KPIs.
- Diseño de informes.

9. AFILIACIÓN, ¿CÓMO FUNCIONA?

- ¿Qué es el marketing de afiliados y sobre todo... qué no es?
- ¿Está mi empresa preparada para lanzar un programa de afiliados?
- ¿Lanzo mi propio programa de afiliación o busco una red en el mercado? ¿Con cuántas trabajo?
- ¿Qué papel tiene una agencia en un programa de afiliación?
- ¿Qué características tiene que tener mi programa de afiliados? ¿Cuáles son las variables a tener en cuenta?
- ¿Qué es el postview? ¿Lo incluyo en mi programa o no?
- ¿Qué tipo de afiliados hay? ¿Cómo trabajan?
- ¿Cómo diseño una estrategia para mi programa de afiliación?
- ¿Cómo optimizo el programa?
- ¿Con qué red de afiliados trabajo?
- ¿Qué errores no debes cometer con tus afiliados?

10. EMAILING Y PERMISSION MARKETING

- Permission Marketing: ¿Qué es en realidad el Email Marketing?
- Ventajas y desventajas del Email Marketing
- “Todos para uno y uno para todos” (El Mix de Marketing Online)
- La yincana de los tres pasos:
 - Hemos llegado
 - Hemos gustado
 - Hemos triunfado
- Los resultados no son aburridos: son parte del juego.
- Conclusiones y casos prácticos.

11. PRESENTACIONES DE ALUMNOS Y EVALUACIÓN.

PONENTES



Chema Martínez-Priego

Es responsable de estrategia en social media de Secuoyas Marketing división de marketing online de Secuoyas, agencia interactiva que lleva 10 años trabajando para clientes como RTVE.es, BBC, Telemadrid, Obra Social Caja Madrid, Adeslas, Inversis Banco, Canal Cocina...

Autor del blog SimDalom.com, autor del libro colaborativo *Claves de Nuevo Marketing*, (2009, Ed. Gestión 2002). Ha sido columnista sobre tecnología aplicada al marketing en Elconfidencial.com y Menos 25. Es profesor en varias escuelas y máster y ha impartido charlas en universidades y foros profesionales como: IESE, OMEexpo, Universidad Carlos III, Universidad de Navarra, Unidad Editorial...



David Olivares - Antevenio

Soy licenciado en Ciencias económicas por la UAM. He realizado diversos cursos de postgrado en ESIC e ICEMD.

Actualmente trabajo como responsable de MDirector, una de las empresas del Grupo Antevenio, que se dedica a proveer de tecnología para el envío de campañas de emailing y sms.

Anteriormente trabaje como senior account manager en CheetahMail, llevando cuentas estratégicas de diferentes sectores, y en Sol Melia desempeñando diferentes puestos ligados a ventas.

He colaborado tanto en formaciones internas en las diferentes compañías en las que he trabajado, como con el ICEMD, ESIC y Kschool en diferentes programas.

**Diego Gaspar Gómez Castaño - Freelance – Online Marketing Consultant**

Desde el año 2001 se dedica al mundo de Online, donde ha pasado por diferentes posiciones, lo que le ha dotado de una amplia visión del mercado. Su formación técnica le llevó, en 2004, al departamento de front-end de Vector Software, una empresa perteneciente al grupo Santander Central Hispano, donde consolidó sus conocimientos de desarrollo que después le ha permitido un mejor conocimiento del marketing online. Más tarde pasó por Carrefour online siendo Traffic Manager de campañas de publicidad online. En 2007 se traslada a Alemania y trabaja en una empresa de SEO, siendo el responsable de grandes cuentas para España. Desde 2010 es consultor de marketing online freelancer tanto para empresas Alemanas como Españolas.

Diego Gaspar imparte clases en diferentes Master. SEO y Analítica web en el ESIC de Barcelona y Coordina el Master de EUDE de Marketing digital dando el seminario de SEO. Puedes seguirle en su blog sobre marketing online diegogaspar.com.

**Gema Mora - 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.

**Guillermo Martín - Arena Quantum**

Tras 4 años dedicados a la consultoría en Accenture y Aguirre Newman, decidí cambiar de sector y empezar como becario en Universal McCann, sin duda una de las mejores decisiones que he tomado en mi vida.

Cerca de 2 años comenzando a conocer el mundo de la publicidad en Universal McCann, para dar el

salto a lo que soy en la actualidad, New Media Manager en Arena Quantum desarrollando proyectos para Movistar durante más de 2 años.



Nacho Carnés - 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.



Pedro Robledo - 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, TradeDoublor 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.

**Tristán Elósegui - 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.

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.