

Máster de Analítica Web

17^a edición

¡Nuevo formato! Más horas, más analítica que nunca.



Inicio
20/10/17



200 h.



Presencial



Madrid
(También en
Barcelona y
Valencia)



Bolsa de
empleo



5.995 €

Máster de Analítica Web

17ed.

La Analítica Web es una de las disciplinas más demandadas del sector online, desde que sacamos el primer máster en Analítica Web en España en 2011, en KSchool formamos a los mejores analistas web del mercado gracias al programa más completo.

El objetivo principal del máster es que te conviertas en analista digital profesional, y para ello nuestro máster se centra en desarrollar las capacidades principales que cualquier analista debe tener:

- Visión de negocio
- Habilidades técnicas
- Capacidad de análisis
- Conocimientos del entorno digital

Cada módulo del máster es abordado de forma práctica de acuerdo a la filosofía de KSchool para que aprendas trabajando y puedas establecerte como analista digital profesional al terminar el máster.



Objetivos

1. Aprenderás sobre las diferentes disciplinas de marketing online (SEO, SEM, Campañas, Redes Sociales...) para ser capaces de señalar recomendaciones y acciones para optimizar la estrategia en cada uno de ellos.
2. Aprenderás a realizar análisis web en medios, sitios de contenidos, generadores de leads y ecommerce.
3. Estudiarás la web desde el diseño y la usabilidad para poder determinar qué cambiar y dónde. Aprenderás a combinar los datos cuantitativos con los datos cualitativos para determinar qué ha pasado y por qué, y a crear modelos y hacer predicciones.
4. Practicarás con las herramientas para poder extraer los datos de distintas fuentes, y serás capaz de analizar en qué estado está la implementación de dichas herramientas para poder hacer un análisis completo de los datos.
5. Tendrás una primera toma de contacto en el lenguaje R para ir un paso más allá y analizar grandes cantidades de datos, lo que te ayudará a ahondar en el análisis de los clientes y hacer análisis de cohortes, de productos, de retención...
6. Aprenderás a hacer que los datos sean un activo más de la empresa y a tomar decisiones basadas en dichos datos, que impactan directamente en el negocio.

Perfil del alumno

Para cursar este máster no es necesario tener una titulación previa específica ni tener conocimientos de Analítica Web o programación previos. ¡Eso lo aprenderás con nosotros!

El único requisito es tener claro que te gustan los números y la creatividad para dar soluciones y recomendaciones a preguntas de negocio. Tener una inquietud de saber por qué pasan las cosas y cómo cambiarlas a nuestro favor.

Son recomendables conocimientos de marketing digital (conceptos, vocabulario, etc.) y sobre todo, muchas ganas por jugar con datos, números y por aprender esta profesión.

Salidas profesionales

Al finalizar el máster, estarás preparado para ocupar todo tipo de puestos relacionados con la toma de decisiones basadas en datos. Puestos como Analista Digital, Digital Analytics Manager o Business Analytics Manager estarán a tu alcance.

KSchool Empleo

En KSchool ofrecemos a nuestros alumnos el acceso a una plataforma web de empleo propia donde las empresas publican semanalmente todo tipo de ofertas de las áreas de especialidad de nuestros programas.

En ella, encontrarás ofertas laborales y de prácticas, de empresas nacionales e internacionales, y en cualquier provincia. Se trata de un servicio gratuito y vitalicio, así que podrás seguir utilizándola para avanzar en tu carrera profesional siempre que quieras.

Ecosistema de empresas

Dónde trabajan
nuestros alumnos:



Empresas de nuestra
bolsa de empleo:



Dónde trabajan
nuestros profesores:



Por qué estudiar en KSchool



Experiencia

Desde que nacimos en 2011 en KSchool han pasado miles de alumnos, cientos de ediciones y decenas de programas, que nos dan la experiencia necesaria para tener los mejores cursos.



Prestigio

No nos gusta la "titulitis", pero lo cierto es que estudiar en KSchool abre puertas. Nuestros alumnos son los mejores preparados, y las empresas lo saben.



Comunidad

Fomentamos el networking entre profesionales digitales: profesores, alumnos, amigos de la casa... KSchool es una red de expertos digitales en constante crecimiento.



Innovación

Siempre a la vanguardia del sector, tenemos los cursos más punteros. Programas siempre actualizados con las últimas tecnologías y en base a las necesidades de las empresas.



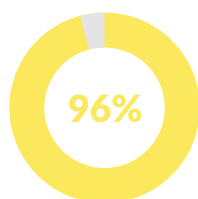
Empleo

Somos la escuela con mayor índice de empleabilidad. ¡96% de alumnos trabajando!. Y Gracias a KSchool Empleo, encontrar un nuevo trabajo en el sector digital será más fácil que nunca.

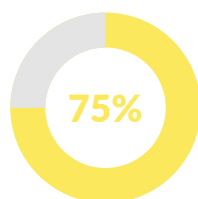
Números de Kschool

KSchool nació en 2010 con el propósito de formar a los nuevos perfiles profesionales que la Red demanda de forma constante. Nos definimos como "La escuela de los profesionales de Internet". Nuestra filosofía es formar a los profesionales del presente de manera práctica y eficaz.

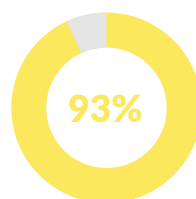
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



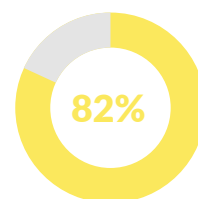
Alumnos están trabajando



Encuentra trabajo en los 12 primeros meses



Alumnos satisfechos



Recomendaría nuestros programas



Temario

Módulo 1. Analítica Digital

Qué es la analítica web. Para qué sirve la analítica web. Fundamentos de la analítica web. Metodología de base del analista web. Primeros pasos en la analítica web

Módulo 2. Objetivos y KPIs. 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.

Módulo 3. Google Analytics Básico

- Introducción a Google Analytics
- Cómo configurar una cuenta
- Recorrido de las pantallas básicas
- Obtención de datos

Módulo 4. Google Analytics Avanzado

- Google Analytics por dentro: Dimensiones y Métricas. ¿Cómo se trata la información en Analytics?
- Las bases de la Tracking API Javascript.
- Perfiles orientados a negocio: los filtros.
- Variables Personalizadas, sus limitaciones y sus utilidades prácticas.
- Eventos, sus limitaciones y utilidades prácticas.
- Objetivos e Ecommerce.
- Aplicaciones de Informes Personalizados.
- Aplicaciones de Segmentos Personalizados.
- Performance Marketing con Analytics: Creando test a medida de los sites.
- Exportaciones de Datos con la Export API y posibilidades.
- Segmentación Avanzada con Google Analytics

Módulo 5. Análisis cuantitativo

- Metodología para análisis cuantitativo
- Análisis de Marketing
- Análisis de Entorno
- Análisis de Conversión
- Aprender a pensar
- Ejercicios prácticos de cada análisis

Módulo 6. Análisis cualitativo

- Técnicas de investigación de mercado clásicas aplicadas en analítica web ¿Cómo hacer que los datos que recogemos nos digan qué pasa?
- Una landing no funciona, la home tiene rebote, el funnel pierde en este paso, pero... ¿por qué?
- La analítica cualitativa se vale de encuestas, entrevistas, focus group, test con usuario para entender cómo actúa el usuario, y sobre todo, por qué hace lo que hace.
- ¿A qué ha venido la visita? ¿Qué valora de nosotros? ¿Qué detesta? Google Analytics nos lo dirá.

Módulo 7. Tecnología y herramienta

- Base tecnológica de una herramienta de AW
- ¿Cómo funciona una herramienta?
- Evolución: De Logs a Tags
- Relación entre etiquetado y su traslación a variables y métricas
- Identificación del usuario
- Etiquetado básico y adhoc
- Validación de etiquetado y confianza en los datos
- Ejercicio: Validación de etiquetado en una Web
- Integración en Web Analytics
- Herramientas: Criterios de elección
- Procedimiento de un proyecto de etiquetado
- Ejercicio: Elaboración de un plan de etiquetado

Módulo 8. Excel para analistas

- Introducción al Excel
- Para qué sirve y qué nos ofrece
 - Manejo general del programa
 - Límites del programa
- Herramientas más usadas y útiles, con enfoque en la Analítica Web
 - Vínculos y Fórmulas más útiles/usables.
 - Fijación de fila y/o columnas

- Formatos condicionales
- Gráficos inmediatos. Cuáles son los más útiles/usables y qué posibilidades tienen
- Gráficos elaborados. Algunos ejemplos prácticos
- Crear plantillas/KPIs que se actualicen lo más automáticamente posible
- Atajos y Extras del Excel más usados:
 - Teclas directas
 - Uso del F4
 - Macros sencillas para hacer tareas repetitivas, etc.

Módulo 9. Adobe Site Catalyst

- Terminología básica: eventos, variables y propiedades
- Personalización de la herramienta
- Informes básicos e embudos de conversión
- Segmentos
- Uso de la API de Excel: Excel Client y Report Builder
- Segmentación avanzada: Discover

Módulo 10. Google Tag Manager

Nos introduciremos en la parte más técnica de la analítica web. Mediante una clase muy práctica y trabajando con un sitio web, aprenderemos a dar los primeros pasos para la correcta configuración de Google Analytics e implementación con el gestor de tags más usado en los principales sitios web de internet: Google Tag Manager. Al final de la clase tendrás los conocimientos necesarios para empezar a usar GTM, tanto para inserción de tags, medición de eventos, etc.

Módulo 11. API

El objetivo del módulo es conocer el funcionamiento de la API de Google Analytics, y su integración con las herramientas que usa el analista. Es un módulo con enfoque 100% práctico, donde aprenderás a automatizar tus propios reportings de métricas sobre Excel/GDocs, y cómo generar las capas de datos automatizadas para tus cuadros de mando.

Módulo 12. CRO

- Conceptos fundacionales
- Ciclo de Compra y Elementos de la conducta online
- Método científico y CRO
- Pirámide de conversión
- El Proceso de CRO de principio a fin

Módulo 13. Optimización

- Optimización del Site
- Herramientas de optimización web
- Metodología de optimización web
- Test A/B y MVT
- Interpretar resultados
- Caso práctico optimización site y exposición de las soluciones

Módulo 14. Campañas

- La publicidad on line
- Fortalezas debilidades
- 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

Módulo 15. SEM

- Introducción a buscadores
- Configuración de Campañas
- Estructura: Campañas, Grupos de anuncios, Anuncios, Keywords
- Redacción de anuncios
- Keywords: concordancias
- Herramientas
- Seguimiento de Conversiones y Atribución
- Análisis y optimización de Campañas

Módulo 16. Dashboards y Visualización de Datos

- Google Data Studio
- Tableau
- Klipfolio

Módulo 17. Integración de Fuentes

La integración de datos de múltiples fuentes se ha convertido en un punto clave en cualquier empresa. Los datos ya no pueden estar aislados y controlados en silos. Es importante destacar que se trata de una comunicación en dos sentidos; enriquecer la analítica web/digital con otros datos internos/externos de la empresa y ayudar a que el resto de procesos incorpore datos de los activos digitales como la web, apps, etc.

Módulo 18. Estadística y analítica

El objetivo del módulo es refrescar los conceptos más básicos de la estadística aplicada a la analítica digital. El enfoque es 100% práctico, partiendo de problemas y datos reales obtenidos de Google Analytics, y mostrando las soluciones a dichos problemas aplicando técnicas descriptivas, inferenciales y predictivas. En este módulo básico trabajamos desde Excel para permitir el acceso a todos los alumnos, independientemente de su nivel de inicio.

Módulo 19. Data Mining

Exploraremos los usos y técnicas de análisis de grandes volúmenes de datos; especialmente cuando provienen de fuentes distintas, no tienen el mismo formato o estructura y son dirigidos por diferentes departamentos.

Módulo 20. Introducción al lenguaje R

Descubrirás su potencial como el más importante lenguaje estadístico, perfecto para el tratamiento y análisis de datos. Te introduciremos conceptos básicos para su manejo que complementaremos con ejercicios prácticos basados en casos reales que te permitirán comprobar por qué cada día se demandan más profesionales con conocimientos del mismo.

Módulo 21. Customer Analytics

Cuando los clientes son más inteligentes, más informados y menos leales, las empresas ya no pueden competir como lo hacían antaño. Deben usar nuevas estrategias basadas en datos para generar valor tanto para el cliente como para el dato. Necesitan, sin duda, alguna, Customer Analytics. En este módulo se revisa el concepto, en qué consiste y algunas de las principales técnicas.

Metodología y Evaluación

La filosofía de KSchool es “ponte con”, por lo que en nuestras clases tendrás que remangarte y ponerte a trabajar. Obviamente, las clases tienen un componente teórico necesario, pero una vez asimilado, tendrás que ponerlo en práctica.

El objetivo de nuestros másters es que aprendas trabajando, por lo que no tenemos exámenes finales sino Trabajo Fin de Máster en los que te obligamos a poner en práctica todo lo estudiado durante el máster además de servirte para completar tu CV con un portfolio

En el Máster de Analítica Web tendrás que hacer una consultoría de analítica digital. Un auténtico análisis de una web real con propuestas y recomendaciones basadas en datos para el cliente. **Trabajarás con webs y datos reales**, cedidos por empresas colaboradoras para que el proyecto sea lo más auténtico posible. Estas son algunas de las webs que colaboran con nosotros.

gisela

musicopolix

KSCHOOL





Gemma Muñoz
Founder & Chief Data
Officer de El Arte de Medir

Gemma Muñoz (@sorprendida), CEO de El Arte de Medir, es diplomada en informática y tiene un master en Web Analytics por la Universidad British Columbia.

Es autora de uno de los blogs de analítica digital de referencia, directora de la escuela de analítica web de KSchool y del primer máster en español sobre Analítica Web, conferenciante internacional en multitud de congresos en España y en el extranjero y forma parte de las Madrid Geek Girls.

Es coautora de varios libros: "Analítica Web en una Semana" (Gestión 2000, 2012), "El Arte de Medir" (Profit, 2011) con Tristán Elósegui y "Métricas del Marketing" (Esic, 2010) con Alejandro Doncel; ha sido reconocida como speaker española autorizada y entrenada por Google y Cardinal Path para la herramienta de Google Analytics.

En 2011 (primera vez que ocurría a nivel estatal) fue una de los cinco finalistas en los premios Awards for Excellence 2011 en la categoría "Web Analytics Rising Star", los "Oscar de la Analítica Digital"; y en 2012 fue nombrada como una de las 100 Mujeres Líderes en España la categoría de Emprendedoras e Innovadoras por Mujeres&Cia.



Francisco de Campos
Jefe de Analítica Digital y
Audiencias del Diario AS

Paco de Campos (Sevilla 1.983) es Licenciado en Periodismo y Máster en Analítica Digital. Tras seis años como redactor para la Agencia EFE en Latinoamérica, comenzó a adentrarse en el mundo de la analítica digital en Nielsen Online. Desde 2013 trabaja dentro del equipo de Audiencias de PRISA Noticias. Actualmente es jefe de Analítica Digital y Audiencias del Diario AS.



Diego Marquinez
Entrepreneur, digital/web
analytics & data integration
ambassador

Profesional de dilatada experiencia en agencias y clientes finales con foco en la analítica digital y omnicanal. Ha dirigido grandes proyectos de estrategia de datos para compañías del IBEX35 trabajando en una de las agencias líderes de analítica. Ha trabajado 3 años en Londres como director de analítica digital en Sony Playstation. A su vuelta a España ha liderado la estrategia de analítica omnicanal en Telefónica y ahora dirige la estrategia de datos para el departamento digital de BBVA. Además, es CEO de Fikalytics, una consultora independiente de analítica y datos.



Gema Mora
Responsable de Analítica
Digital en Iberia

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, Vocento e Iberia donde actualmente es responsable de Analítica Web.

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.



Ana Soplón
Digital Marketing Analyst
en Banco Santander

Ana es actualmente la responsable de Digital Data Analytics en Banco Santander. Además, es profesora de Analítica Digital en varias escuelas de negocios. Cursó el máster en Web Analytics en la University of British Columbia y está certificada en Adobe Analytics (ACE) y Webtrekk. Es habitual asistente y ponente en eventos digitales organiza los MGGHub con las madridgeekgirls.es, donde es fundadora y los Measure Camp de Madrid y Barcelona.



Carlos Molina
CEO Tidart Internet
Services

Actualmente, soy socio fundador de TIDART Consultora Digital; y Director de Planificación Estratégica Digital en Sheldon Madrid.

Desde TIDART damos servicio a muchos comercios electrónicos españoles y extranjeros en la gestión y planificación de sus campañas de Marketing Online: SEO, SEM, Facebook Ads, LinkedIn, Twitter, RTB ... y cualquier canal de generación de tráfico de respuesta directa.

La dirección en Sheldon Madrid me ha dado la posibilidad de planificar y gestionar campañas de un perfil de anunciante más grande, acostumbrados a comprar impresiones por toneladas en un mundo digital que hoy te permite medir cada céntimo de inversión.



Eduardo Sánchez Rojo
Senior Analyst & Project
Manager en El Arte de Medir

Informático de Grado Superior, Máster en Marketing Online (Secuoyas), Máster en Analítica Web (KSchool) y Certificado en Google Analytics (GAIQ). Desde 2011 formo parte del equipo de El Arte de Medir después de estar dirigiendo mi consultora tecnológica de negocio durante más de 10 años. Ahora en El Arte de Medir, apporto mi experiencia técnica, y una visión muy sólida de lo que representa un proyecto online.



Antonio Pita
Head of Data Science
en Liberbank

Licenciado en Matemáticas con DEA en Algebra. Acumula Master en Administración de Empresas y Marketing, Master en Derecho de la Unión Europea, Master en Asesoramiento Financiero y Master en Visual Analytics and Big Data. Ahora coordina la transformación digital de Liberbank. + En 2016 recibió el premio de Mejor Científico de Datos de España en análisis de datos en los Data Science Awards Spain organizados por Synergic Partners y Telefónica.



Nacho Carnés
Managing Director
de Webpower Spain

Licenciado en Ciencias de la Información, rama Publicidad y RRPP, Especialista en Gestión Publicitaria, y Máster en Data Mining & Marketing Intelligence. Más de 16 años de experiencia en Internet, Research, Marketing, Digital Marketing, Estrategia Digital, Medición y Analítica Web en empresas como Karspersky, G DATA, Columbia Tristar y Yahoo! ; co-autor del Libro Blanco del Comercio Electrónico; y más de 7 años de experiencia como Profesor y Ponente



MJ Cachón
Head of Owned Media,
Social & Content

Consultora SEO y aprendiz constante de Analítica Web, asidua a todo lo Social, desde Twitter a las implicaciones que el Marketing Social tiene en el search marketing.

Diplomada en Ciencias Empresariales y Técnica Superior de Gestión Comercial y Marketing, me zambullí en el mundo online con un Máster de Marketing Digital, tomando la decisión de abandonar el sector de la banca y las finanzas para abarcar la aventura laboral en Internet.

Tras pasar por Relevant Traffic, después de ejercer como SEO Manager y dirigir el equipo, recaló en Señor Muñoz en Junio del 2013, dirigiendo gran parte de los proyectos de la empresa y organizando el departamento SEO, de la mano de Fernando Muñoz.



Natzir Turrado
Consultor SEO, CRO y Analista
Web

JConsultor independiente de SEO, CRO y Analítica Digital trabajando para grandes cuentas.

Fundador de la consultora FunnelPunk donde ayudan en el crecimiento y desarrollo digital de grandes marcas (nacionales e internacionales).

Le encanta la formación y por ello cuando le queda tiempo es profesor de masters y posgrados en diversas escuelas de negocio y es ponente en los principales congresos del país.

En cuanto a su formación es Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas, tiene un Máster en Marketing Online y Comercio Electrónico y un Posgrado en Analítica Web.

Puedes leerle en su blog, en DoctorMetrics y en elEconomista.



Ricardo Tayar
CEO & Founder en Flat101

Desde el año 1998 trabajo profesionalmente en el sector digital e internet. Hoy día, mi actividad está 100% centrada en el comercio electrónico, la transacción web y la conversión. Mis especialidades son la gestión de proyectos y equipos de trabajo para sitios web de ecommerce o transaccionales (leads, descargas, registros...), la mejora de conversión web (CRO), la analítica web y la gestión del tráfico web. Trabajo para diseñar y planificar estrategias y acciones que siempre tengan como objetivo mejorar los resultados económicos o los objetivos de mis clientes en entornos digitales.



Lucía Verbo
Project Manager en
Bufete de Marketing

Diplomada en estadística y Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado lleva más 15 años trabajando en la investigación de mercados. Actualmente es responsable de este área en Bufete de Marketing, consultoría que realiza proyectos estratégicos y de investigación. Anteriormente trabajó en Ipsos donde comenzó su alianza con la herramienta Excel, consiguiendo automatizar procesos y crear nuevas formas de explotación y análisis de datos.



Patricia Salgado
Consumer Intelligence
Manager en Acceso Group

Socióloga especializada en Investigación de mercados, trabajando desde el 2009 en el sector digital y con experiencia en la gestión de grandes cuentas en agencias internacionales. Actualmente trabaja como Consumer Intelligence Manager en Acceso Group, compaginando con su labor docente y miembro del Clinic SEO y las Madrid Geek Girls.



Cristina Mataix
Analytics Manager en One
Tandem

Analista digital desde hace 10 años. Comenzó su trayectoria como consultora en WebAnalytics.es/DBI. Cuando la empresa fue adquirida por Havas Media en 2013, pasó a ocupar el cargo de Analytics Manager, gestionando un equipo de consultores y liderando proyectos para clientes como Zara, Peugeot o FCBarcelona.

Es Ingeniera Informática por la UPC, y tiene un Postgrado en Marketing Digital por la UAB.

Actualmente trabaja en OneTandem, llevando a cabo proyectos de consultoría y formación. También es profesora en diversas universidades.



José Ramón Cajide
Digital & Big Data Analyst at El
Arte de Medir

Analista Digital Senior en el Arte de Medir donde se encarga de diseñar e implantar soluciones avanzadas de analítica así como de integración con otras plataformas que permitan obtener datos de calidad para la toma de decisiones.

Es Award of Achievement in Digital Analytics por la University of British Columbia, Master en Analítica Web por Kschool y Web Analytics Master Certification por Market Motive. Está certificado en Adobe Reports and Analytics (SiteCatalyst) y en Google Analytics (GAIQ) además de ser Google Regional Trainer.



Jorge Llorente
Analista Digital en El
Arte de Medir

Soy licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid.

Desarrollé los primeros compases de mi carrera profesional en KSchool, donde compaginé durante cuatro años la labor de responsable académico con el apoyo al área de marketing en la planificación y ejecución de las campañas, así como su posterior medición y optimización.

Actualmente trabajo como analista digital en El Arte de Medir, donde mi labor consiste en escuchar las historias que los datos cuentan para poder extraer su valor y transformarlos en conocimiento. Entre las funciones que desempeño destaca la conceptualización, diseño y automatización de dashboards, en función del modelo de negocio de cada cliente, a través de los cuales poder transmitir las pertinentes recomendaciones orientadas a la toma de decisiones.

Calendario

Inicio:
20
Octubre

Octubre 2017

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noviembre 2017

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Diciembre 2017

L	M	X	J	V	S	D
						1
			2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Enero 2018

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Febrero 2018

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

Marzo 2018

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Abril 2018

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Final:
14
Abril

Lo más importante



Duración: 200h
Viernes, de 17h a 22h
Sábados, de 9h a 14h



Bonificable a través de la
fundación estatal para la
formación en el empleo



Precio:
5.995 €



Formas de pago:
- Pago único (5%dto)
- Pago fraccionado



Inicio: 20 de Octubre 2017
Fin: 14 de Abril 2018



IBERCENTER
Plaza de Carlos Trías Bertrán, 4
28020 Madrid

Dicen de nosotros:



Marta Cámara

Data Science & Negocio en EURO 6000

1ª ed. Máster de Data Science

"El máster me está ayudando mucho en mi carrera profesional porque me está abriendo un amplio campo de posibilidades y conocimientos."



Juanfra Cózar

Marketing y Diseño Gráfico en Zailand

7ª ed. Máster en Analítica Web

"De KSchool destacaría su método práctico "ponte con". Con el proyecto individual con webs reales aprendes una barbaridad."



Rhea Moufarrej

UX Designer en Barrabés Meaning

6ª ed. Máster en Usabilidad y Experiencia de Usuario

"El Máster de UX me ha aportado mucho en mi carrera profesional y mi vida personal. Gracias a KSchool, tuve la suerte de conocer a los mejores profesionales del sector que han podido contribuir a mi crecimiento profesional en la industria."



Albert Riera

Owner and Project Manager at Reactiva UX/UI Consultant

1ª ed. Máster en SEO-SEM Profesional

"Destacaría la excelente calidad de sus profesores, modelo de estudio y profundidad de temario. KSchool es muy buen sitio donde hacer contactos, encontrar socios, oportunidades de negocio y en definitiva generar networking de calidad."



Álvaro Peñalba

Digital Marketing en Cross Nutrition

9ª ed. Máster Técnicas de Marketing Online

"Para gente como yo que no había tenido gran experiencia en el ámbito del Marketing Online, este Máster es perfecto para introducir la cabeza dentro de este enorme mundo."



Víctor Gutiérrez

Consultor SEO SEM & Diseño web, in-house freelance

8ª ed. Máster en SEO-SEM Profesional

"Elegi Kschool porque me lo recomendó un antiguo alumno de kschool y algunos conocidos profesionales del sector. Si realmente quieres dar un salto de calidad en tus conocimientos o poder aportar valor a las páginas web de tus clientes, es imprescindible una formación optima "

Manifiesto

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

www.kschool.com