

# Máster en Técnicas de Marketing Digital

---

## 4<sup>a</sup> edición

¡Vitaminado con +30h, nuevos módulos: más prácticos, adaptados a las últimas necesidades del sector digital!



Inicio  
10/11/17



195 h.



Presencial



Barcelona  
(También  
en Madrid  
y Valencia)



Bolsa de  
empleo



4.995 €



**KSCHOOL**

[www.kschool.com](http://www.kschool.com)

# Máster en Técnicas de Marketing Digital

---

## 4ed.

El master de técnicas de marketing online está orientado a formar profesionales en el desarrollo de las capacidades y habilidades técnicas para desempeñar su actitud profesional de forma exitosa dentro del mundo del marketing digital.

Después de **12 ediciones, 6 años, y 483 alumnos**, hemos reestructurado el máster potenciando la parte práctica. Lo hemos orientado para cubrir las últimas necesidades del sector digital. El nuevo esquema permite un aprendizaje más enfocado, por eso lo hemos agrupado en bloques (Inbound Marketing, Outbound Marketing, fidelización, conversión) que finalizan con una práctica que permite consolidar los conocimientos adquiridos. Para esto, **hemos incluido 30 horas más**, formadas por módulos muy prácticos, que refuerzan las diferentes áreas, y así como algunos otros necesarios para un aprendizaje completo ( CRO, CRM, etc.)

## Objetivos

---

1. Formación práctica en las diferentes disciplinas del entorno digital ( SEO, SEM, Campañas, RRSS...)
2. Serás capaz de construir una estrategia digital para una empresa real
3. Aprenderás a utilizar las principales herramientas del sector digital
4. Te preparamos para desarrollar tu profesión en un mercado en constante crecimiento
5. Trabajarás con los mejores profesionales en activo de la industria
6. Este master te enseñará que otra forma de hacer marketing es posible
7. Master totalmente renovado y adaptado a las nuevas necesidades del sector

## Perfil del alumno

---

Dirigido a profesionales del marketing tradicional y de áreas de publicidad y comunicación que quieren formarse en la parte online. Emprendedores que acaban de crear su propio negocio digital y necesitan conocer cómo funciona, y profesionales que vienen de otros sectores y quieren adentrarse en el mundo digital.

## Salidas profesionales

---

Saldrás totalmente preparado para poder trabajar en cualquier departamento de Publicidad, Comunicación y Marketing, en puestos como **Online Marketing Manager, Profesional de e-marketing, Reputación Online, Jefe de producto, Técnico y Responsable de marketing, Desarrollo de Negocio, profesional de agencias y consultoras interactivas, etc.**

## 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.



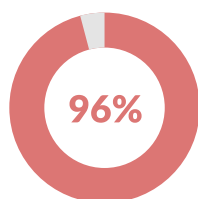
## Empleo

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.

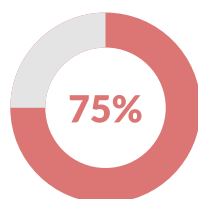
## Números de Kschool

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.

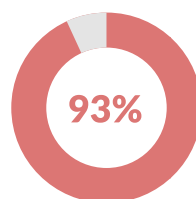
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



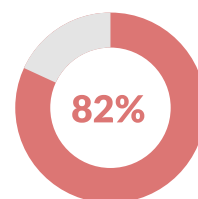
Alumnos están  
trabajando



Encuentra trabajo  
en los 12  
primeros meses



Alumnos  
satisfechos



Recomendaría  
nuestros  
programas



# Temario

## MARKETING ESTRATÉGICO

### Módulo 1: Estrategia Marketing Digital & Plan de Marketing

- Evolución de la inversión publicitaria en España
- Integración de las estrategias de “on”/”off”
- Las 5 decisiones de una estrategia de marketing online
- ¿A quién me quiero dirigir?
- ¿Qué objetivos tengo?
- ¿Qué estrategia de medios debería usar para conseguir estos objetivos?
- ¿Debo hacer algún desarrollo para lanzar la estrategia que estoy planteando? ¿Qué implicaría?
- Una vez analizados los resultados de la acción ¿Qué cosas debería hacer para optimizarla?
- El modelo canvas
- Plan de marketing
- Análisis de situación
- Insight
- Objetivos
- Estrategia
- Plan táctico
- Analítica Web

## INBOUND MARKETING

### Módulo 2: Seo & Content

- 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: índice, algoritmo, PR, universal search...
- ¿Qué podemos lograr aplicando 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 y repaso a las herramientas gratuitas
- Integración en Web Analytics
- Herramientas: Criterios de elección
- Procedimiento de un proyecto de etiquetado
- Integración en el Plan de Marketing Online

### Módulo 3: Rrss

- Introducción a las Redes Sociales
- Diferencia entre Social Media y Redes Sociales
- Cambios en los paradigmas de comunicación
- Repaso histórico a los diferentes entornos sociales
- Tendencias en los Social Media
- Social SEO
- Contenidos y Creatividad
- PR 2.0 y gestión de influenciadores
- Social CRM y Social Commerce
- SoLoMo
- Futuro

Estrategia y gestión:

- Dinámicas de gestión de comunidades
- Identidad digital personal y corporativa
- Desarrollo estratégico en los Social Media
- Gestión de contenido en Medios Sociales (plan editorial)
- Monitorización
- Analítica
- Community mangement
- Difusión, Buzz y viralidad
- Integración en el Plan de Marketing Online

### Módulo 4: Caso Práctico 1

## OUTBOUND MARKETING

### Módulo 5: SEM

- Google AdWords: Campañas, AdGroups, producción del contenido, Google Editor, Keywords/KeyPhrases, cómo elegir las, concordancias, segmentación, landing pages que conviertan, presupuesto,...
- Estrategia en SEM: pujas cpc (manuales y automáticas), el quality score, compra de marca, site links, creatividades, optimización de campañas por contenido, cpc,... Creación del contenido de la campaña (teoría del long tail), Adsense, etc.
- Otras herramientas gestión SEM y optimización: gestión y optimización de pujas, gestión de producto/oferta, Google Optimizer

- 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
- Integración en el Plan de Marketing Online

## Módulo 6: Digital Advertising

- 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
- La medición de la post-impression y el análisis de su impacto sobre las conversiones
- Behavioral Targeting, Re-Targeting, Re-Messaging
- Relation Display Ad - Search (SEM). Sinergias entre publicidad on y off
- El Path Comportamental
- Internet Medio de Comunicación y Canal de Distribución
- Audiencia de Internet en el Mundo. Audiencia de Internet en España (AIMC/EGM, Nielsen Online y comScore)
- Método AIDA, comportamiento del usuario. Objetivos que puede conseguir el SEM dentro de una Estrategia Digital
- Google, Buscador líder. Otros buscadores. Search: SEO & SEM
- Estrategias cruzadas en search: SEM vs. SEO. Coordinación, sinergias,...
- Preparación de campaña: Benchmark, el paso previo. Google Trends, etc

## Módulo 7: Email Marketing y Afiliación

- 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?
- ¿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?
- Integración en el Plan de Marketing Online
- El uso del E-mail como herramienta de comunicación
- Estrategia de marketing de permiso
- E-mail marketing
- Listas de suscriptores, leads y clientes
- Diseño de campañas de E-mail marketing
- RSS feeds: Abrir e integrar
- Practica Afiliación y Emailing
- Integración en el Plan de Marketing Online

## Módulo 8: Caso práctico 2

## FIDELIZACIÓN

### Módulo 9: CRM

### Módulo 10: Caso práctico 3

## CONVERSIÓN

### Módulo 11: UX

- Definición de objetivos de proyecto conjuntamente con todos los implicados en el proyecto
- Técnicas de investigación de usuario
- Metodología de Diseño Centrado en el usuario
- Ejemplos y casos prácticos
- Integración en el Plan de Marketing Online

### Módulo 12: Analítica Web & Atribución

- ¿Qué es y para qué sirve la analítica web?
- Métricas básicas, Ratios (orientadas a conversión comportamiento en site)
- Establecimiento de objetivos y KPIs
- El análisis básico: Tráfico (Fuentes, Contenido, Usuarios, Keywords,...)
- El análisis completo: Conversión (Embudos u, Objetivo Segmentación)

- El análisis cualitativo: Buscar el por qué
- Analítica web y caso práctico. 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
- Integración en el Plan de Marketing Online

### **Módulo 13: CRO**

- Metodología CRO
- Método científico vs buenas prácticas
- Analítica cualitativa
- Conceptualizar y lanzar un test
- Errores a la hora de testear
- Pirámide de conversión (Usabilidad vs Persuasión)
- La psicología de la toma de decisiones
- Tipos de compradores
- Conocer el impacto del diseño a nivel cognitivo
- Modelos de conversión
- Ejemplos prácticos

### **Módulo 14: Ecommerce**

- Por dónde empezar: cómo incorporar la empresa al comercio electrónico
- La tienda online: Elementos clave
- Cómo promocionar mi tienda: marketing digital aplicado al ecommerce
- Estrategias de fidelización y retención de clientes
- Medios de pago en Internet
- Seguridad en el comercio electrónico
- ¿Qué requisitos legales debo cumplir para vender online?
- Operaciones y logística de mi tienda electrónica
- Inteligencia competitiva y analítica web aplicada al ecommerce
- Integración en el Plan de Marketing Online

# 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.

# Profesores



**Nacho Somalo**  
Founder At Lonesome  
Digital

Veterano del ecommerce en España, en más de 16 años dedicado a esta actividad ha liderado proyectos como casadellibro.com, mucho-viaje.com, Infoempleo.com, El armario de la tele y, más recientemente Alice.com. Actualmente es asesor en ecommerce, procesos de transformación digital y emprendimiento a través de la empresa que él ha fundado Lonesome Digital.



**Patricia Salgado**  
Ecommerce Analyst  
en Flat 101

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 Ecommerce Analyst en Flat 101, compaginando con su labor docente y miembro del Clinic SEO y las Madrid Geek Girls.



**Laura Garrido**  
Social Media Strategist  
en Elogia

Café matutino, actualidad informativa en vena, cañas afterwork y una escapada al mes. Estas son mis señas de identidad. Soy desde hace dos años, aunque, como animal de agencia, llevo en el mundo de la comunicación y el marketing online desde 2008 trabajando con clientes como Obra Social La Caixa, Deutsche Bank, Grifols, Caser Seguros y Viceroy. Estudié el Máster en Comunicación Audiovisual para Internet y Nuevos Medios en la Universidad San Pablo CEU de Madrid y hoy soy profesora colaboradora del posgrado en Marketing Digital de IL3 Universitat de Barcelona. Si algo me pone de mal humor, todo lo arregla abrir YouTube y ver vídeos de puggies.



**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.



**Fernando Maciá**  
Socio Fundador Y Director De  
Human Level Communications

Es el fundador y director de Human Level Communications, una de las consultoras referentes en posicionamiento en buscadores y marketing online a nivel nacional. Anteriormente fundó Magenta Creatividad, agencia de publicidad y durante 8 años simultaneó su actividad con la de director técnico de la revista Empresa Avanzada. Sus inicios profesionales fueron en Cadena SER y Diario La Verdad.



**Álvaro Gutiérrez**  
Project manager - Digital Sales  
& Marketing en BBVA

Experto en marketing on y offline con más de 7 años de experiencia en empresas como Secuoyas y Yaap Digital Services y actualmente Project Manager y Digital Sales & Marketing en BBVA.

Además, ha fundado de dos proyectos en Internet: Sixtobeat (Consultaría de Marketing Online especializada en SEO (Onpage&Offpage), SEM (Search, GDN & retargeting), Analítica Web (Google Analytics, ClickTale) y Social Media Marketing (Generación de contenido & community management) y Mape (App mobile)

Profesor y conferenciante en: Universidad Complutense, Centro Villanueva, Universidad de Navarra, Kschool, CECO (Centro de Estudios Económicos y Comerciales), Cámara de comercio de Madrid.



**Israel García**  
Managing Director  
de Webpower Spain

Trabajé en la construcción del portal del UOC. Aprendí de afiliación, marketing de guerrilla, medios de pago y control de fraude durante mi paso por Private. Pasé tres en Elogia, y contribuí a crear una red de afiliación propia en el seno de Ibrands. También he trabajado en Floraqueen, como COO y en la actualidad, disfruto de las artes del email marketing y el marketing automation como Country Manager Spain de Webpower.



**Nacho Carnés**  
Managing Director  
de Webpower Spain

Licenciado en Ciencias de la Información, rama Publicidad y RRRP, 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



**Marta Sánchez**  
Project Manager  
en Elogia

Project Manager en Elogia con experiencia en planificación estratégica y gestión de proyectos transversales de Marketing4eCommerce. Gestión, seguimiento y análisis de campañas de Performance Marketing desde 2011 para clientes nacionales e internacionales en el momento de su expansión como Groupalia, Privalia o ABA English. Más de 3 años de experiencia en estrategia y gestión de proyectos 360° (Inbound, Outbound y Market Intelligence) con clientes como Oxfam Intermón, Grupo Planeta o Conforama.



**Iván Serrano**  
Creative Designer at  
Televisió de Catalunya

Diseñador creativo especializado en la conceptualización, estrategia y desarrollo de productos y servicios digitales, centrado siempre en el usuario. Actualmente trabajo en Televisió de Catalunya como diseñador de los proyectos interactivos, aportando un valor creativo y centrado en el usuario. Soy miembro de la Junta de la "Asociación de Directores de Arte y Diseñadores Gráficos" del FAD



**Natzir Turrado**  
Consultor SEO, CRO  
y Analista Web

Consultor 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.



**Joan Gorrita**  
Senior Digital Marketing  
Consultant & SEM Specialist

Consultor internacional de Marketing Digital con una sólida experiencia en la creación, medición y evaluación de campañas en diferentes idiomas y mercados. Empezó su trayectoria en el mundo digital en el año 2006 en Ámsterdam (Holanda), en la que por entonces era una pequeña empresa de 85 empleados, Booking.com. Después tomó el mando de la expansión internacional de la agencia SEM holandesa Topclick.nl, hasta que en el año 2009, tras 8 años residiendo fuera de España, decidió regresar con su propio proyecto: GlobalWords.net



**Ramón Montanera**  
Market Intelligence  
Director at Elogia

Profesional con larga experiencia trabajando en entender al consumidor a partir de los datos (Small & Big data). Actualmente dirige, en la agencia de marketing para comercio electrónico Elogia, un equipo especializado en investigación de mercados online, analítica web y generación y ejecución de estrategias de CRM orientadas a la fidelización.

Desde 1997 vinculado al marketing estratégico con cargos de responsabilidad tanto en agencia (Salveti & Lombart, donde trabajo con empresas de distintos sectores de actividad: gran consumo, banca, ocio, telecomunicaciones,... en distintos mercados: España, Portugal, Bélgica, Corea, Brasil,...), así como en cliente final (llevando el departamento de Consumer Insights de Panrico-Donuts, para todas las categorías comercializadas en todos los mercados donde tenía presencia).

Es colaborador con distintas escuelas de negocios y universidades.



**Oriol Farré**  
Responsable de Analítica  
Web y SEO en Mango

Trabajé en la construcción del portal del UOC. Aprendí de afiliación, marketing de guerrilla, medios de pago y control de fraude durante mi paso por Private. Pasé tres en Elogia, y contribuí a crear una red de afiliación propia en el seno de Ibrands. También he trabajado en Floraqueen, como COO y en la actualidad, disfruto de las artes del email marketing y el marketing automation como Country Manager Spain de Webpower.



**Sara Werner**  
CEO y Fundadora de  
Cocunat

Emprendedora, ponente y fundadora de COCUNAT.com la tienda online de cosmética saludable, un espacio único donde se garantiza que todas las marcas están libres de tóxicos y de la mejor calidad para tu piel y la de tu familia.

Ex-CEO de Nosotras.com, hasta diciembre de 2012 una de las revistas online más potentes del mercado femenino en internet con 1.800.000 usuarias únicas al mes, donde lideró el cambio hacia el primer club de ocio para la mujer en internet, un proyecto rompedor e innovador en el panorama de Internet.

Experta en marketing on y off line en el sector femenino y mercado Premium, ponente 2.0, también en liderazgo femenino, consejera en emprendeduría y estrategia. De formación multidisciplinar aportando valores y aptitudes aprendidos en la danza para aportarlos al mundo emprendedor.

# Calendario

Inicio:  
**10**  
Noviembre

## 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					

## Mayo 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:  
**4**  
Mayo

## Lo más importante



Duración: 195 h - 7 meses  
Sábados, de 9h a 14h  
Viernes, de 17h a 22h



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



Precio:  
4.995 €



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



Inicio: 10 de Noviembre 2017  
Fin: 4 de Mayo 2018



KSchool Foment y Formació.  
Avenida de Francesc Cambó,  
10 - 08003, Barcelona

# 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](http://www.kschool.com)