

# Máster en Técnicas de Márketing Digital

---

## 14<sup>a</sup> edición

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



Inicio  
15/12/2017



195 h.



Presencial



Madrid  
(También en  
Barcelona)



Bolsa de  
empleo



4.995 €



**KSCHOOL**

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

# Máster en Técnicas de Marketing Digital

---

## 13ed.

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.



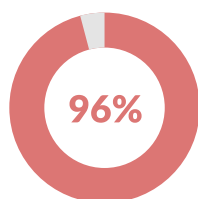
## Empleo

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.

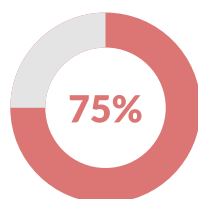
## Números de KSchool

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.

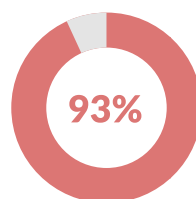
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



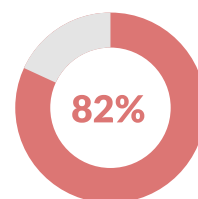
Alumnos están  
trabajando



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 Objetivos, 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, muchoviaje.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.



**Ana Soplón**  
Web Analytics &  
Insights en Sanitas

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.



**Óscar de la Torre**  
Head of Digital Valassis  
Communications

Experto en estrategias, innovación y marketing digital&ecommerce. Ingeniero Informático por ICAI y lleva desde el año 1.999 trabajando en el mundo digital con mas de 18 años de experiencia. Emprendedor y fundador de empresas digitales, también ha sido el responsable de departamentos digitales de varias multinacionales de diversos sectores. Actualmente también trabaja como profesor asociado de Marketing Digital&Ecommerce en diversas escuelas de negocios, como KSchool, IE, Camilo José Cela. Es también fundador del portal de tecnología gadgets.es



**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.



**Loreto Gómez**  
Directora en el Departamento Digital  
dentro de [www.elfofoverde.com](http://www.elfofoverde.com)

Diplomada en Marketing y Administración de Empresas, atesora otros títulos como el de Máster en Marketing y Comunicación Digital o "Executive Education Programe" en Redes Sociales por IE Business School; Master en Marketing de Moda y Experto Universitario en Comunidades Virtuales (UNED). En la actualidad trabaja como directora en el departamento Digital dentro de [www.elfofoverde.com](http://www.elfofoverde.com) y asesorando a diversas agencias en su estrategia digital. Atesora más de 18 años de experiencia en Marketing, Formación y Comunicación, principalmente en retail. Emprendedora en negocio familiar del textil, experta en cadenas de tiendas.



**Rubén Orta**  
CTO del Grupo  
Antevenio

Ingeniero Informático por la Universidad Carlos III de Madrid, comenzó en el desarrollo de software en el 1997. En la actualidad es CTO del Grupo Antevenio, la primera empresa española en ser cotizada en el Alternext Francés. Entre los proyectos que se engloban dentro de la marca Antevenio se encuentran: MDirector, una de las principales plataformas dentro del mercado hispano para la gestión de campañas de Email Marketing y SMS, El Viajero Fisgón o inVIPTus.



**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



**Luis Calderón**  
**Diseñador de Experiencia de  
Usuario en El Confidencial**  
Exalumno Máster UX KSchool

Soy un periodista adicto al diseño de experiencia de usuario y la investigación. Durante estos años he trabajado en rediseño, conceptualización e investigación en proyectos de experiencia de usuario. Además, he tenido la oportunidad de liderar diversos proyectos editoriales intentando siempre innovar tanto en el diseño como en el contenido. He tenido la suerte de trabajar en Diga33! y aprender de Luz De-León, una de las mejores profesionales del UX de este país. Soy coorganizador de UX Academy, UXfighters y del Máster en Usabilidad y Experiencia de Usuario de KSchool del que hace unos años también fui alumno. Puedes encontrarme en casi cualquier sitio donde se hable de UX.



**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.



**Fernando Aparicio**  
**Digital Services**  
Director at Amvos

Consultoría en comercio electrónico, con especialidad en estrategia en Internet y medios de pago. Más de 20 años de experiencia en diversas áreas: ventas internacionales, dirección de proyectos y empresas de Internet y consultoría en aspectos legales y procedimentales de la seguridad de la información.

En paralelo, cuento con 10 años de experiencia como Profesor Asociado del Instituto de Empresa en el Área de Sistemas y Tecnologías de la Información.



**Eduardo Sánchez**  
**Senior Analyst & Project Manager El  
Arte de Medir**  
Exalumno Máster Analítica Web KSchool

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 Mas**  
**Manager en Rehably.es**

Trabajando en Internet desde 1997, Antonio Mas asegura haber tenido la suerte de vivir uno de los momentos empresariales más apasionantes de la economía española.

Fundador del ecommerce Fraganzia.com y, más tarde, la consultora estratégica digital donde, con un equipo de 60 personas, desarrolla los activos digitales de Iberia, Dominos Pizza, Balearia, Banco Popular, Acnur, BBVA, Openbank...

Antonio Mas también fue vicepresidente de Adigital durante 4 años.

# Calendario

Inicio:  
**15**  
Diciembre

## 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						

## 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	

## Junio 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	

Final:

**1**  
Junio

## 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: 15 de Diciembre de 2017  
Fin: 1 de Junio de 2018



Campus KSchool José Picón  
Calle José Picón, 31  
28028 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](http://www.kschool.com)