

# Máster de Técnicas de Marketing Digital

---

30<sup>a</sup> edición



15/11/2019



200 h.



3.995 €



Presencial  
12 plazas



Valencia  
Barcelona  
Madrid  
Málaga



Bolsa de  
empleo



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

# Máster de Técnicas de Marketing Digital

---

30ed.

“*Cuantos menos clicks tarde un usuario en llegar de la home al producto, más conversión genera*”  
- Fernando Maciá -

El marketing digital es una disciplina muy amplia, y en KSchool queremos que la aprendas de forma estructurada. Ese fue nuestro objetivo hace casi diez años.

Si te fijas, al título de este máster le hemos puesto la palabra “Técnicas”. No es por capricho, con esto queremos trasmitirte que todo el temario tiene una aplicación práctica inmediata. Al final conseguirás realizar un trabajo de fin de máster con técnicas de aplicación profesional.

# Objetivos

---

1. ESTRATEGIA DIGITAL
  - Plan de Marketing y Customer Journey
2. ADQUISICIÓN
  - Mail Marketing, RSS, Display, Marketing de Contenidos y SEO-SEM
3. CONVERSIÓN
  - UX, CRO, Analítica Web, Ecommerce
4. FIDELIZACIÓN
  - Business Intelligence, CRM

## 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.

# 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

### Módulo 2: Conceptos Básicos

- Qué es internet y como funciona: protocolos y estándares básicos
- Qué es una web: el HTML
- Tipos de webs y activos digitales
- Qué es un CMS
- Las cookies y el login como elementos de identificación
- El adserver y el trafficking de publicidad
- La analítica y la recolección de datos
- Gestión operativa de una web

## INBOUND MARKETING

### Módulo 3: 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 4: 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 5: Caso Práctico 1

## OUTBOUND MARKETING

### Módulo 6: SEM

- Google AdWords: Campañas, AdGroups, producción del contenido, Google Editor, Keywords/KeyPhrases, cómo elegirlas, 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 7: Landing Pages

- Qué es una Landing Page
- Contextos de uso
- Beneficios y riesgos de una landing page
- Tipologías de landing pages por uso, por audiencia y por objetivo
- Como diseñar e implementar landing pages eficaces
- Principios de diseño UX para una buena landing page
- Proceso de optimización de una landing page
- Medición y definición de KPIs
- Toma de decisiones y plan de acción
- Herramientas de testing: mapas de calor y Test A/B

### Módulo 8: 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 9: Social Ads

- Las redes sociales como soporte publicitario
- Posibilidades publicitarias de las RRSS
- Desarrollo y control de campañas en RRSS
- Facebook Ads
- Herramientas
- Twitter
- LinkedIn
- Instagram

### Módulo 10: 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 11: Caso práctico 2

### FIDELIZACIÓN

## Módulo 12: CRM

## Módulo 13: Caso práctico 3

### CONVERSIÓN

## Módulo 14: 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 15: 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 16: 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 17: 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

# Profesores

Director del Máster de Técnicas de Marketing Digital



**María José Millán**

Directora de Marketing y Estrategia de Visualfy



**Nacho Somalo**

Founder At Lonesome Digital



**Gemma Muñoz**

Founder & Chief Data Officer de El Arte de Medir



**Loreto Gómez**

Directora en el Departamento Digital en [www.elsofaverde.com](http://www.elsofaverde.com)



**Rubén Orta**

CTO del Grupo Antevenio



**María Velasco**

UX Lead Accenture Interactive  
Exalumna de KSchool



**Rocío Baamonde**

Digital Manager en Importaciones y Exportaciones VARMA



**Álvaro Gutiérrez**

Project manager - Digital Sales & Marketing en BBVA  
Exalumno Máster Marketing



**Jorge Llorente**

Analista Digital en El Arte de Medir  
Exalumno Máster Analítica Web



**Clara Solers**

Social Media Strategist,  
Community Manager



**Toño Ramírez**

Director de Marketing Digital en Tendam



**Jesús Gallent**

UX Design Manager Sopra Steria



**Ramón Montanera**

Market Intelligence Director at Elogia



**Guillermo Peciña**

SEO & SEM Specialist en Hawkers

# Calendario

INICIO  
del máster

**15** Noviembre

FIN  
del máster

**16** Mayo

Presentación  
TFM

**30** Mayo

## Noviembre 2019

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

## Diciembre 2019

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

## Enero 2020

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

## Febrero 2020

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

## Marzo 2020

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

## Abril 2020

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

## Mayo 2020

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

### HORARIO:

Viernes:  
17 h - 22 h

Sábado:  
9 h - 14 h

# Inscripción y precio



Precio: **3.995 €**

## 1°. RESERVA DE PLAZA

500 €\*

## 2°. OPCIONES DE PAGO



Pago único  
**-5% de descuento**

2 cuotas  
de 1.747,50 €\*\*  
**sin intereses**

Hasta  
5 cuotas  
de 718,98 €\*\*

Todos nuestros cursos son **bonificables a través de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE, antigua FUNDACIÓN TRIPARTITA)**.

Si estás interesado coméntanoslo al hacer tu inscripción. Desde KSchool nos encargamos de la gestión para cursos o masters de más de 60 horas.

**¡Bonifica  
a través de  
FUNDAE!**

\*Los 500 € de la reserva de plaza están incluidos en el precio del máster. El pago de **la reserva de plaza será íntegramente reembolsado hasta 15 días antes del comienzo del curso** si finalmente decides no realizarlo.

\*\* Los plazos son mensuales, a partir del mes de comienzo del curso. Los pagos fraccionados se abonarán mediante recibo domiciliado o transferencia entre el día 5 y el día 12 de cada mes.

# Cómo lo hacemos

---

La **filosofía de KSchool**, es “**ponte con...**” esto quiere decir, que te vas a tener que remangar y ponerte a trabajar.

Nuestro modelo de formación LEAN, te va a permitir practicar todo lo que aprendes. **En KSchool adaptamos el concepto LEAN a la formación.** Apostamos por esta filosofía de formación LEAN, desarrollando un formato de cursos con la esencia del conocimiento y la práctica en cada materia.

**Esto garantiza una máxima especialización y empleabilidad.** Esta filosofía de formación nos permite desarrollar cursos muy especializados, sin más horas de las necesarias. El resultado: **el alumno no paga de más por horas improductivas**, y puede poner a trabajar sus nuevas habilidades y conocimientos en el menor tiempo posible.

# Apoyo profesional y empleo

---

En KSchool nos gusta definirnos como una escuela de oficios digitales y una de nuestras principales misiones es ayudar a encontrar empleo a aquellos que buscan reciclarse o acceder a un nuevo sector.

Nuestra tasa de empleabilidad es del 96 %. Prácticamente la totalidad de los alumnos que pasan por nuestras aulas consiguen un empleo.

## Orientación para el empleo

Terminando el máster organizamos una sesión de orientación para el empleo para que puedas conocer las oportunidades que te brinda tu nueva profesión. Te pondremos en contacto con firmas de recruiting y head hunting para que te ayuden a alcanzar tus objetivos profesionales.

## Salidas profesionales

Podrás comenzar a trabajar en cualquier área de marketing o comunicación. Tendrás una visión completa para poder integrar las acciones “on y off” de cualquier área de marketing.

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

Te damos acceso a nuestra plataforma de empleo, donde más de 1.200 empresas registradas buscan de forma habitual perfiles digitales formados en KSchool. Al año recibimos más de 750 ofertas de empleo para todo tipo de perfiles y experiencia. En total hemos gestionado en KSchool más de 6.700 ofertas de empleo a lo largo de nuestros años de funcionamiento.

## Networking

Como antiguo alumno tendrás acceso en exclusiva a eventos y seminarios organizados por KSchool. Además tendrás un 10% de descuento en cualquiera de los cursos de KSchool para cuando quieras seguir formándote.

# Testimoniales

---



## **Carlos Calvín**

Client Manager en Munich Group

---

*“La calidad de los profesores es muy elevada, me encantó la estructura del programa porque es muy completo y la relación calidad-precio es excelente.”*



## **David Cano**

Project Coordinator en FC Barcelona

---

*“De KSchool destaco la temática actual y práctica y un servicio de atención al alumno excelente.”*



## **Javier Arjona**

Head of Strategy, Marketing & Commercial Development en Repsol

---

*“De mi paso por KSchool destaco el contenido, totalmente actualizado a la realidad del momento.”*



## **Rodrigo de Agustín**

Asociación de Creadores de Moda de España

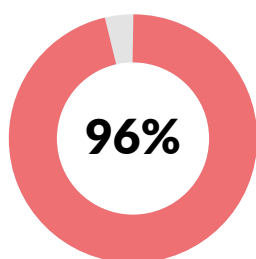
---

*“KSchool cumplió mis expectativas, aportando herramientas y conocimiento de valor práctico.”*

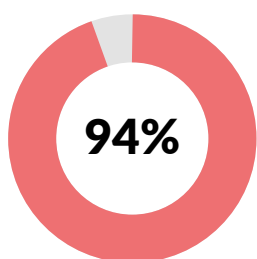
# Números de KSchool

Nos pusimos en marcha 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”.

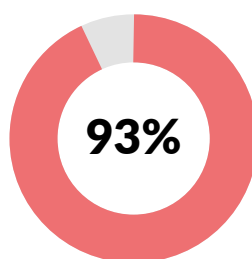
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



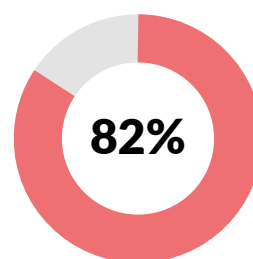
**Alumnos están  
trabajando**



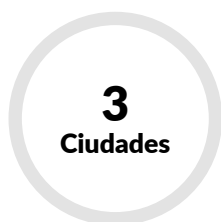
**Encuentra trabajo  
en los 12  
primeros meses**



**Alumnos  
satisfechos**



**Recomendaría  
nuestros  
programas**



**Empresas registradas en  
nuestra Bolsa de Empleo**



**Ofertas de empleo  
gestionadas**



# 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.

# Contacto

---

No te quedes con dudas. Si tienes alguna pregunta ponte en contacto conmigo, ¡estaré encantada de ayudarte!

## ROCÍO SALINAS

👤 Responsable del Máster Técnicas de Marketing Digital

✉️ [rocio.salinas@kschool.com](mailto:rocio.salinas@kschool.com)

☎️ 91 577 83 41

## INFORMACIÓN KSCHOOL

✉️ [info@kschool.com](mailto:info@kschool.com)

☎️ 91 577 83 41