

# Máster de Técnicas de Marketing Digital

- MADRID -

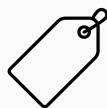
40ª Edición



Inicio  
16/10/2020



180 h.



4.995 €



Presencial  
25 plazas



Bolsa de  
empleo



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

# Máster de Técnicas de Marketing Digital

---

40.<sup>a</sup> ed.

“ *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 ha sido nuestro objetivo desde 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 transmitirte 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**
  - Analítica web, ecommerce.
- 4. FIDELIZACIÓN**
  - Business intelligence.

# Perfil del alumno

---

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

# Temario

## MARKETING ESTRATÉGICO

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

- Qué es nuevo en el marketing digital.
- Principales diferencias con el marketing tradicional.
- Integración de las estrategias de “on”/”off”.
- Estructura del Plan de Marketing Digital.
- Análisis de situación.
- Estrategia competitiva: definición de la propuesta de valor.
- ¿A quién me quiero dirigir?
- Buyer persona.
- ¿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?
- Plan de acción: mix de herramientas del marketing online.
- Una vez analizados los resultados de la acción ¿Qué cosas debería hacer para optimizarla?
- Presupuesto.
- Plan táctico: planificación detallada.
- Métricas: principales métricas del marketing online.
- Cálculos básicos con métricas digitales.
- Optimización de campañas.

### Módulo 2: Conceptos técnicos básicos: funcionamiento de internet

- Qué es internet y cómo 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
- La analítica y la recolección de datos
- Gestión operativa de una web
- Mobile y tendencias

### Módulo 3: Ecosistema y funcionamiento de la publicidad digital

- Quién es quién en el ecosistema digital.
- El anunciante.
- Soportes.
- La agencia.
- Central de medios y planificación.
- Cómo se compra publicidad.
- Cómo se diseña y planifica una campaña.

- Adserver y trafficking.
- Formatos de publicidad digital.
- Medios: propios, ganados y pagados.

## **INBOUND MARKETING: MEDIOS PROPIOS Y MEDIOS GANADOS**

### **Módulo 4: Contenidos**

- Papel e importancia del contenido en el marketing online
- Tipos de contenido
- Estrategias de diseño y elaboración de contenidos
- Elementos relevantes
- Ejemplos y taller de creación de contenidos

### **Módulo 5: SEO**

- Relevancia de hacer SEO para las marcas.
- Indicadores que establecen la importancia de la notoriedad online.
- ¿Cómo funcionan los buscadores?
- Principios básicos de funcionamiento de los buscadores: 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 6: 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 management.
- Difusión, Buzz y viralidad.
- Integración en el Plan de Marketing Online.

### **Módulo 7: Email Marketing**

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

### **Módulo 8: Workshop 1: Realización de plan de inbound marketing**

- Se pondrá en práctica todo lo aprendido en el módulo a través de la realización de un plan de inbound marketing

## **OUTBOUND MARKETING: MEDIOS PAGADOS**

### **Módulo 9: 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 10: 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 11: 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 12: Workshop Outbound: medios pagados**

- Se pondrá en práctica todo lo aprendido en el módulo a través de la realización de un plan de inbound marketing

## OPTIMIZACIÓN Y TRANSACCIÓN

### Módulo 13: Analítica web y 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 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.
- Marketplaces: Amazon, ebay, Alibaba, etc.
- Operaciones y logística de mi tienda electrónica.
- Inteligencia competitiva y analítica web aplicada al ecommerce.
- Integración en el Plan de Marketing Online.

### Módulo 15: Regulación y normativa

- Normativa relativa al marketing online.
- Ley de protección de datos.
- Cookies.
- Normativa ecommerce.
- Sanciones y organismos implicados.

### Módulo 16: Workshop Fidelización

- Se abordará el problema de la fidelización desde una perspectiva práctica a través de un taller.



# Evaluación

---

Nuestra metodología es muy práctica así que ¡a remangarse y a trabajar! Para que puedas aplicar todos los conocimientos que te vamos a enseñar tendrás que presentar un Trabajo de Fin de Máster (TFM) que consistirá en la realización de un plan de marketing digital.

Para que este TFM quede perfecto se programarán 3 workshop grupales, cada uno de ellos de 3 horas de duración. Estos workshop se llevarán a cabo entre semana en horario de tarde.

# Material necesario

---

Para este Máster es necesario disponer de un ordenador con Mac o Windows.

Los programas utilizados en el Máster funcionan con cualquiera de estos sistemas operativos. Las instrucciones para instalarlos se darán en clase.

# Profesores

## Director del Máster Técnicas de Marketing Digital



**Nacho Somalo**

Founder At Lonesome Digital



**Carlos Martín Amate**

Director Marketing Digital en Deloitte



**Carlos Molina**

CEO Tldart Internet Services



**Loreto Gómez**

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



**Luis Fantini**

Vice Presidente de Marketing & Tecnología en ROI UP Group



**Rocío Baamonde**

Digital Manager en Importaciones y Exportaciones VARMA



**María Rico**

Client Services Manager en MDirector



**Nacho Carnés**

Marketing Director, EU & UK en Elixinol Europe



**Jorge Llorente**

Analista Digital en El Arte de Medir  
Exalumno Máster Analítica Web



**Rafael García del Poyo**

Abogado. Socio Director Departamento de Derecho de IT/IP en Osborne Clarke



**Fernando Aparicio**

Digital Services Director at Amvos



**Ana Soplón**

Analista Digital en Banco Santander  
Exalumna de KSchool



**Fernando Maciá**

Socio fundador y director de Human Level



**Mónica Fitiila**

Process Analyst Manager en Japan Tobacco International



**Clara Ávila**

Marketing manager en GoDaddy

# Calendario

**INICIO**  
del máster  
**16** octubre

**FIN**  
del máster  
**27** marzo

Presentación  
**TFM**  
**24** abril

## Octubre 2020

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

## Noviembre 2020

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	<b>20</b>	<b>21</b>	22
23	24	25	26	<b>27</b>	<b>28</b>	29
						30

## Diciembre 2020

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

## Enero 2021

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	<b>22</b>	<b>23</b>	24
25	26	27	28	<b>29</b>	<b>30</b>	31

## Febrero 2021

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

## Marzo 2021

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

**HORARIO:** Viernes: 17 h - 22 h  
Sábado: 9 h - 14 h

## Ubicación de las clases

Las clases de este máster se impartirán en **MEEU: Factoría**

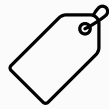


Estación de Chamartín, s/n, 28036 Madrid.



Metro Chamartín

# Inscripción y precio



Precio: **4.995 €**

## 1º. RESERVA DE PLAZA

500 €\*

## 2º. OPCIONES DE PAGO

Pago único  
**-5% de descuento.**  
Te ahorras 249,75 €

Ponemos a tu disposición las mejores alternativas para **financiar** el importe total de la formación. ¡Tú eliges!

A través de  
**KSchool**



2 cuotas de 2.247,50 €\*\*  
**sin intereses**

Hasta 5 cuotas  
de 923,98 €\*\*

A través de  
**Banco Sabadell**



Escribe a Jaime de Álvaro:  
[jaime.dealvaro@bancsabadell.com](mailto:jaime.dealvaro@bancsabadell.com)

O llámale al 917 45 42 90

\*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.

# Bonificable con FUNDAE

---

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 másteres de más de 60 horas.



**¡Bonifica  
a través de  
FUNDAE!**

# 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 los estudios;** 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 en marcha 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.

## 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.**

**SALARIO MEDIO  
EN ESPAÑA**

**25.450 € bruto/año**

Un **ejecutivo de marketing** puede recibir un salario de entre 15.900 y 35.000 euros al año, según datos de LinkedIn Salary.

## 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

---

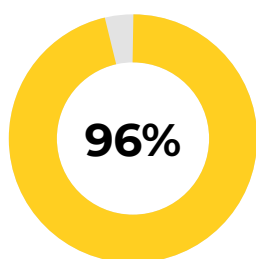
*“KSchool cumplió mis expectativas, aportando herramientas y conocimiento de valor práctico.”*



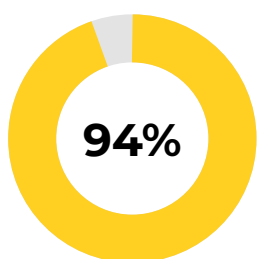
# Números de KSchool

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”.

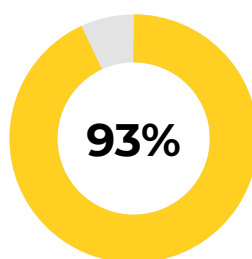
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



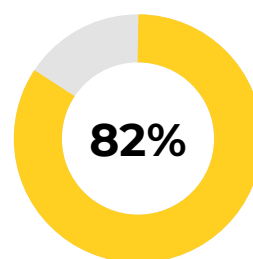
**Alumnos están  
trabajando**



**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!

## LORENA DE LA Balsa

👤 Responsable del Máster de Técnicas de Marketing Digital

✉ [lorena.balsa@kschool.com](mailto:lorena.balsa@kschool.com)

☎ 91 577 83 41

## INFORMACIÓN KSCHOOL

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

☎ 91 577 83 41