

Curso de Especialista en Programmatic Marketing

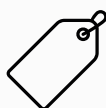
- MADRID -



Inicio
09/04/2020



95 h.



2.495 €



Presencial
25 plazas



Bolsa de
empleo



www.kschool.com

Curso de Especialista en Programmatic Marketing

Durante los últimos años se ha producido un cambio de paradigma en la forma en la que los anunciantes adquieren las impresiones para sus campañas de publicidad gráfica, y en la manera en la que los medios comercializan su inventario publicitario e impactos a sus audiencias.

El curso de “Especialista en Programmatic Marketing” es una formación presencial especializada, de 90 horas de duración, dirigido a acelerar el aprendizaje de los conocimientos básicos requeridos, así como a capacitar a los participantes para la gestión eficiente de Data, y de oportunidades publicitarias tácticas y estratégicas que van surgiendo a tiempo real en el lado de la oferta y demanda.

Objetivos

En este curso aprenderás a:

1. Entender todos los detalles y fundamentos del Programmatic Marketing.
2. Conocer la estructura, plataformas, herramientas y players que configuran el ecosistema programático actual.
3. Descubrir y aprender las “best practices” para la activación, operación y optimización eficiente de campañas de publicidad programática a través de los principales DSPs del mercado.
4. Comprender la importancia y el rol de los publishers, sus audiencias y los SSPs en el ecosistema programático y como generadores y canalizadores del inventario publicitario, así como conocer los modelos y fórmulas para su comercialización, y las herramientas de optimización de venta de este.
5. Aprender a gestionar audiencias e impactos de forma eficiente y bajo un enfoque multi-screen (Desktop, Mobile, DOOH, OTT, ...).

Perfil del alumno

El curso de “Especialista en Programmatic Marketing” va dirigido a profesionales de Marketing Digital interesados en tener un conocimiento más profundo sobre los fundamentos del Marketing Programático, así como un mayor entendimiento sobre las plataformas, herramientas, procesos y metodología en sí, que permite alcanzar e impactar a usuarios correctos, en los momentos adecuados, y con capacidad para personalizar de forma eficiente los mensajes de los anuncios servidos.

El curso de “Especialista en Programmatic Marketing” va dirigido además a actuales profesionales de Agencias de Publicidad, Consultoras de negocio y Agencias Digitales, a empleados de Centrales de Planificación y Compra de Medios, y a especialistas y expertos en Paid Search y Paid Social. En definitiva, a profesionales interesados en ampliar sus conocimientos con el fin de desarrollar su carrera profesional dentro de su empresa, o su trayectoria y madurez profesional en la industria.

Temario

Módulo 1: Apertura y Análisis de la evolución de la Audiencia de Internet

- Audiencia y Uso de Internet en el Mundo.
- Audiencia y Uso de Internet en Europa.
- Audiencia y Uso de Internet en España.

Módulo 2: Importancia y rol del Data

- Tipos de Datos: Smart Data, Identity Data, Open Data.
- Cookie/User ID, Pixeles (Segmentación y Conversión)/SDKs y Tracked URL.
- Herramienta de Tag Manager: GTM, Tellium, BersaTag.
- Zero-Party, First-Party, Second-Party, Third-Party y Property Data.
- Data de Navegación e Interacción y Data Declarado (Consentimiento – CDP, Consent Management Platform).
- Tiempo dinámico en la vida de cookie.
- Flujo de Data.

Módulo 3: Introducción a la medición

- Site Centric: Analítica Web, Analítica App, DMP (Data Management Platform).
- Ad Centric: Ad Server.
- CRM Centric: ERP, CDP (Customer Data Platform).
- Integración de Second-Party y Third-Party Data.
- Audimetría.
- Atribución: Estrategia de Medición clave.

Módulo 4: Customer Journey y los Pilares de la Estrategia Digital

- Customer Journey.
- Branding, Posicionamiento de la Marca en la mente del Consumidor.
- Adquisición de tráfico cualificado.
- Engagement: Adquisición, Retención, Fidelización.
- Modelos de distribución.
- CRO.

Módulo 5: Fundamentos de la Publicidad Digital, Canales y Modelos de Contratación Publicitaria

- Publicidad Digital.
- Creatividad Digital: Formulas y Formatos.
- Modelos de contratación publicitaria.
- Paid Search / SEA / Metasearch – CPC.
- Social Display / Paid Social – CPM y CPC.

- Display Ad /Programmatic Ad – CPM y CPC.
- eMail Marketing.
- Afiliación.
- Native Ads.
- SMS/MMS.

Módulo 6: Landscape Mercado Publicitario

- Trading Desk: Agencia, Boutique, In-House.
- Prospecters y Retargeters.
- Gestión de equipos.
- Procesos de trabajo.

Módulo 7: Fundamentos del Display Ad: Compra de espacios publicitarios y compra de audiencias

- Del Display convencional a la compra programática: del Site Centric al User Centric.
- Fundamentos tecnológicos.
- El ecosistema programático.
- Estrategia en Programmatic Ad: Branding (Construcción de Marca) y Performance (Prospecting y Retargeting).
- Fórmulas y Formatos Publicitarios: Personalización y herramientas DCO (Dynamic Creative Optimization).
- Ad Verification: Ad Fraud, Brand Safety, Ad Viewability, Click Fraud, Ad Collision.
- Ad Blocker: Publicidad y Data.
- Herramientas adicionales: IAS, MOAT, Double Verify, CHEQ, WhiteOps.
- Medición: Funnel, KPIs y Métricas.

Módulo 8: Ad Serving: Centralización de la Actividad Publicitaria

- Antes sin adserver.
- Qué es un Ad Server.
- Funciones del Ad Server.
- Implementación del Ad Server.
- Traficado de Campañas.
- Medición, De-duplicación y Reporting.
- Principales proveedores: Sizmek, eMaas, AdForm, Weborama, DoubleClick (DCM).
- Ventajas y problemas.
- Sesión práctica Ad Server:
 - Presentación de la Plataforma.
 - Funcionalidades.
 - Operación y Best practices.
 - Reporting.

Módulo 9: Data Management Platform (DMP): Centralización del Data

- Qué es un DMP.
- Diferencias entre Data Lake, Data Layer, DMP (Data Management Platform), CMP (Consent Management Platform) & CDP (Customer Data Platform).
- Implementación del DMP.
- Identificación de las fuentes de Data e Integración de Data.
- Uso del Data: Generación de Audiencias / Clústers.
- Uses cases por tipo de cliente (adv, pub o network) y por sector de actividad.
- Explotación del Data: Activación (Cross-Device y Cross-Channel y Cross Brand).
- Medición, De-duplicación y Reporting.
- Principales proveedores: Bluekai, Krux, Lotame, Adobe, Eulerian, AdForm, Weborama.
- Caso de Estudio / Sesión Práctica.
- Cookie matching, cookie drop, single id probabilístico o determinístico: integración con diferentes soportes del ecosistema programático.
- DMP ¿única herramienta para ingestar nuestro CRM?
- Personalización on site.
- Uso de audiencias en Real Time.
- Cookieless Future: ¿riesgo u oportunidad para los DMP?
- DMP para APP´s: sdk vs html5.
- Integración de big data y DMP.
- Memory data grid para alimentar campañas en APP.
- Smart retargeting y smart prospecting in house: modelos Big Data.
- Gestor de campañas y DMP: multicanalidad y árbol de decisión.
- Sesión práctica de DMP:
 - Presentación de la Plataforma.
 - Funcionalidades.
 - Operación y Best practices.
 - Reporting.

Módulo 10: Compra de Data

- Histórico y Situación actual.
- GDPR y quién es el dueño del dato.
- Taxonomías evaluadas, volúmenes, fuentes.
- Agregadores de Data y vendedores directos.
- Qué tipo de compradores, que necesidades.
- Qué mercado y modelos.
- ¿Pago a los usuarios por sus datos?

Módulo 11: Demand-Side Platform (DSP): Demanda de Inventario Publicitario

- Qué es un DSP.
- Funciones del DSP.
- Display Ads: Enfoque User Centric.
- Programmatic Video y Addressable Tv.
- Programmatic DOOH.
- Operación del DMP: Tácticas en Programmatic.
- Cross-Channel, Cross-Device, Multi-Screen.
- Herramientas de Pre-Bidding: Perr59, comScore.
- Ad Verification Tools (Pre-Bidding y Post-Bidding): IAS, MOAT, Double Verify, CHEQ, WhiteOps.
- Reporting.
- Sesiones prácticas DBM (DSP de Google), TubeMogul, (DSP de Adobe), Amazon, Ad Form, Sonata (TapTap):
 - Presentación de la herramienta.
 - Funcionalidades.
 - Set Up de campañas.
 - Third Party Tools.
 - Operación y Best practices.
 - Reporting.

Módulo 12: Supply-Side Platform (SSP), AdExchanges y PMPs: Oferta de Inventario Publicitario

- Qué es un SSP.
- Yield Management y Modelos de Venta.
- Distribución del inventario: Sever2Server, Garantizado, Preferente y Abierto.
- Optimización de la venta de inventario publicitario: Header Bidding (First Price y Second Price).
- Certificación de Publishers / Medios: Ads.txt y Ads.cert.
- Sistema de cascadas.
- AdExchange: mercado de Inventario Publicitario: AdEx, Pubmatic, AppNexus, Rubicon.
- PMP, entornos privados de subastas.
- Sesión Práctica AppNexus, Rubicom:
 - Presentación de la herramienta.
 - Funcionalidades.
 - Operación y Best practices.
 - Reporting.

Módulo 13: Marketing de Localización

- Introducción al Marketing de Localización.
- Proximity y Mobile Marketing.

- Áreas de actuación del móvil y sus estrategias.
- Mobile Marketing: La integración en el mix de medios.
- Proximity: Geolocalización y Monitorización.
- Tendencias: DOOH, Proximity Leaflets ...

Módulo 14: Módulo Medición Avanzada y Atribución

- ¿Qué es Atribución?
- Modelos de Atribución.
- Modelo de Atribución Data-Driven.
- Importancia del Ad Server y DMP en la identificación de los Path Comportamentales.
- Rol de Programmatic Ad en los Procesos hacia la Conversión.
- Atribución y distribución de la futura inversión.
- Atribución Omnicanal.
- Modelos de Atribución in house.
- Attribution Data visualization.

Módulo 15: Marketing Automation

- Qué es el Marketing Automation.
- Qué se puede automatizar.
- Para qué se puede automatizar.
- Cómo se puede automatizar.
- Cuándo automatizar.
- Medición y Reporting.

Módulo 16: Futuro del Programmatic Marketing y Cierre

- Consolidación del OpenRTB3.0.
- Internalización de la gestión de compra de inventario publicitario y creación de Trading Desk dentro de los propios anunciantes.
- Location Marketing & Programmatic Marketing.
- Surgimiento de Marketplaces de inventario publicitario.
- Programmatic DOOH.
- Programmatic Tv.
- Inteligencia Artificial (AI), Machine Learning y Compra Programática.
- Automatización de procesos de distribución de inversión basado en Modelos Data-Driven.
- Ad fraud: Blockchain y Ads.cert (complemento al Ads.txt).
- Surgimiento y consolidación de la Digital Audio Broadcasting (DAB).
- Definición e implantación de códigos éticos y deontológicos de uso y explotación de Data, y del Big Data.

Profesores

Director del Curso de Especialista en Programmatic Marketing



Nacho Carnés

Marketing Director, EU & UK en Elixinol Europe



Mario Torija

Country Manager en S4M



Flor Juin

CEO en Floritech Digital Consulting S.L



Luca Brighenti

CEO & Founder en B4Bind



José Luis Pérez

Digital Marketing Specialist



Cristian Romero

Senior Programmatic Trader en Havas Media Group



Ramón Suso

Engagement Account Director en Havas Programmatic Hub

Calendario

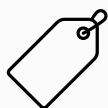
INICIO
del curso
09 abril

FIN
del curso
25 junio

Abril 2021							Mayo 2021							Junio 2021						
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4					1	2		1	2	3	4	5	6	
5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
26	27	28	29	30			24	25	26	27	28	29	30	28	29	30				
							31													

HORARIO: Viernes de 17 a 22 h y
Sábado de 9 a 14 h

Inscripción y precio



Precio: **2.495 €**

1º. RESERVA DE PLAZA

500 €*

2º. OPCIONES DE PAGO

Pago único
-5% de descuento.
Te ahorras 124,75 €

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

A través de
KSchool



3 cuotas de 665 €**
sin intereses

A través de
Banco Sabadell



Escribe a Jaime de Álvaro:
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

Una vez terminado este curso estarás preparado para trabajar como:

- Head of Programmatic Marketing.
- Programmatic Marketing Manager.
- Programmatic Marketing Specialist.
- Programmatic Trader.
- Digital Ad Trafficker.
- Audience Manager.

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, tanto en presencial como en live streaming, 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

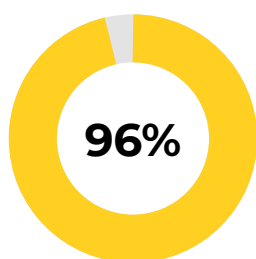
Asociación de Creadores de Moda de España

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

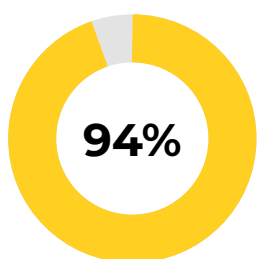
Números de KSchool

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”.

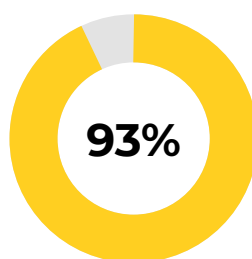
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



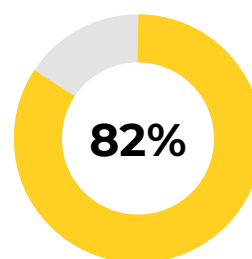
**Alumnos están
trabajando**



**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 Curso de Especialista en Programmatic Marketing

✉️ rocio.salinas@kschool.com

☎️ 91 577 83 41

INFORMACIÓN KSCHOOL

✉️ info@kschool.com

☎️ 91 577 83 41