

# 3er. curso aimc-aedemo

BARCELONA

¿Estás al día?



¡Aprende hoy. Empieza a ser tarde!

Después de 4 ediciones del curso “Investigación y Marketing de los Medios de Comunicación”, **AEDEMO** y **AIMC** se unen nuevamente para convocar un curso que dé respuesta a la pregunta:

# ¿Estoy al día en medios digitales?

El objetivo de este curso es profundizar en el mundo digital a través de sus conceptos, terminología, métricas, herramientas de investigación y comercialización, tecnología, etc.

¿Qué tenemos y qué viene?

¿Cómo son las nuevas relaciones entre el individuo y el medio digital?

¿Convergen los medios offline y online?

¿Cómo abordan este medio la investigación, las agencias, los anunciantes y los medios?

El nuevo entorno existe, cambia, evoluciona y nos afecta a nivel profesional y personal.

Nos hemos propuesto reducir la incertidumbre que puede provocar el desbordamiento del mundo digital.

**AIMC**

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

**AIMC** es una asociación dedicada fundamentalmente a la investigación de audiencia, pero que realiza al mismo tiempo otros estudios para sus asociados y una amplia labor en el terreno de la formación y la divulgación. Su tarea investigadora quedaría incompleta sin un esfuerzo por formar a más y mejores profesionales.

**aedemo**<sup>fb</sup>  
asociación española de estudios  
de mercado, marketing y opinión

**AEDEMO** es la Asociación de los Profesionales que desarrollan su actividad en la Investigación de Mercados, el Marketing y los Estudios de Opinión. El objetivo fundamental de AEDEMO es la difusión y control de las técnicas empleadas en la Investigación Comercial.



## El mundo digital

### Presentación del curso, profesorado y programa

#### Mesa Redonda con representantes de Agencias, Anunciantes y Medios Digitales

- Como introducción al curso reunimos en una mesa a los actores del mundo digital para que nos den su visión respecto a qué nos enfrentamos.

#### Nuevos conceptos, nuevas métricas, nuevas herramientas

- Una perspectiva global del mundo digital: los puntos neurálgicos del programa.

## La investigación de los Medios Digitales

### La investigación del mundo online

- La investigación tradicional y las innovaciones metodológicas propias del mundo digital.
- La tecnología y su influencia en la investigación: viejas y nuevas métricas.

### La audiencia en el medio online: medidas muestrales y medidas censales

- Enfoques de medición:
  - el enfoque **comScore**. Conceptos y productos
  - el enfoque **Nielsen**. Conceptos y productos

## Explotación práctica de los Medios Digitales

### Analítica Web: conceptos básicos y métricas principales

- El negocio online a través de Google Analytics. Aplicación a un caso práctico (Ecommerce).

### La navegación / la búsqueda

- Conceptos y características. El negocio e impacto de los buscadores.

### Los medios escritos y los medios audiovisuales

- Factores diferenciales. Medios nativos y extensiones del *on*. Análisis y medición.

### Las redes publicitarias

- Factores diferenciales. Tipos de redes. Servicios: el concepto *one stop shop*. Incidencia en el *consumer decision funnel*.

### La publicidad digital

- Formatos tradicionales y nuevos formatos, lo más novedoso. Eficacia de los formatos como elemento publicitario. Posibilidades creativas. Análisis y medición. El vídeo.

## Tendencias del mundo digital: lo nuevo y lo que viene

### Social Media

- Descripción del entorno de las redes sociales. Investigación, segmentación y marketing de Social Media.

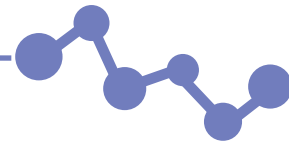
### Advergaming

- ROI en advergaming: Gamer 360. El mercado de los videojuegos. ¿Cómo es el videojugador? Posibilidades creativas. Vida después del GRP. 7 fórmulas para medir el ROI.

### Nuevos dispositivos

- Evolución del PC como dispositivo de conexión. Evolución de los móviles: uso de internet en móviles. Los tablets y las videoconsolas. La nueva televisión.

# Profesorado



## Coordinación

**Silvia Roca.** Directora (Estudio Silvia Roca) y Vocal de la Junta Directiva (AEDEMO)

**Jordi J. Cátala.** Jefe de Prensa y Audiencias (Catalunya Ràdio, S.R.G.) y Vocal de la Junta Directiva (AIMC)

## Comité de Trabajo

**Fernando Carrión.** Head of Planning & Strategy - Spain (Yahoo)

**Alex Marquina.** Director Comercial Nuevos Negocios y Medios Digitales (TV3 y Catalunya Ràdio)

**Ignasi Pardo.** Consultant (Comms Planning)

## Profesorado

**Marta Abella.** Social Media Strategist (Territorio Creativo)

**Jaime Agulló.** General Manager Iberia (ComScore)

**Fernando Carrión.** Head of Planning & Strategy - Spain (Yahoo)

**Ferrán Clavell.** Director de Contenidos del Área de Servicios Interactivos (TV3)

**Abraham Clotet.** Jefe de Producto de Versiones Digitales (Diario Sport - Grupo Zeta)

**Luis Miguel Fernández.** Director (OMG Digital)

**Áurea Gómez.** Directora de Cuentas (Zenithmedia)

**Maribé Iglesias.** Media Director (Unilever España)

**Alex Marquina.** Director Comercial Nuevos Negocios y Medios Digitales (TV3 y Catalunya Ràdio)

**Santiago Miralles.** Fundador y Ex Director General (CCRTV Interactiva)

**Gustavo Núñez.** Managing Director Online Media Europe (Nielsen)

**Ignacio Orero.** Director Comercial (HI-Media España)

**Miguel Pascual.** Director de Marketing (Interdigital Corporación Tecnológica)

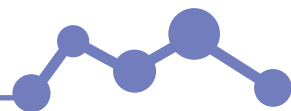
**Genís Roca.** Socio Director (Roca Salvatella)

**Fernando de la Rosa.** Profesional Independiente de Marketing (Titonet)

**Ramón Rovira.** Director de Comunicación y Relaciones Institucionales y Subdirector General (Banc Sabadell)

**Enric Sierra.** Director (La Vanguardia Digital) y Subdirector (La Vanguardia)

# Información



El curso se compone de 8 sesiones de cuatro horas (17.00h - 21.00h) distribuidas en dos semanas, de Lunes a Jueves.

## **Fechas y Horario**

26 Septiembre – 6 Octubre  
De 17 a 21 horas

## **Lugar de celebración**

Hotel NH Constanza  
Déu i Mata, 69-99. Barcelona

*\* Se dispone de plazas de parking en el mismo hotel NH Constanza. Precio hora: 1,90 €/hora*

## **Cuota de inscripción** *(Poner una cruz en el casillero que corresponda)*

Matrícula a satisfacer por participante:

- |                                                  |                 |
|--------------------------------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> Socios AEDEMO o AIMC    | 800 € + 18% IVA |
| <input type="checkbox"/> No Socios AEDEMO o AIMC | 950 € + 18% IVA |

Plazas limitadas.

## **Información e inscripciones**

AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)

Entença, 332-334, 8º 5ª · 08029 Barcelona  
Tel. 93 - 363 10 50 · Fax. 93 - 363 10 56  
http: //www.aedemo.es  
e-mail: aedemo@aedemo.es