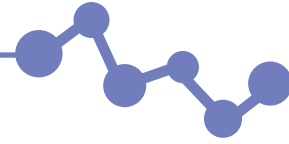


# Contenido



## 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.

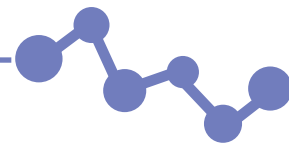
### Advergaming

- 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. Català.** Cap de Premsa i Audiències (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)

**Xavier Colomer.** Responsable de Analítica Web (Atrápalo)

**Ferriol Egea.** Director de Marketing Online (La Vanguardia)

**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)

**Pol Navarro.** Director de Canales e Innovación (Banc Sabadell)

**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)

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

**Alejandro Vázquez-Guillén.** Director de Marketing (Tuenti)