

MASTER'08

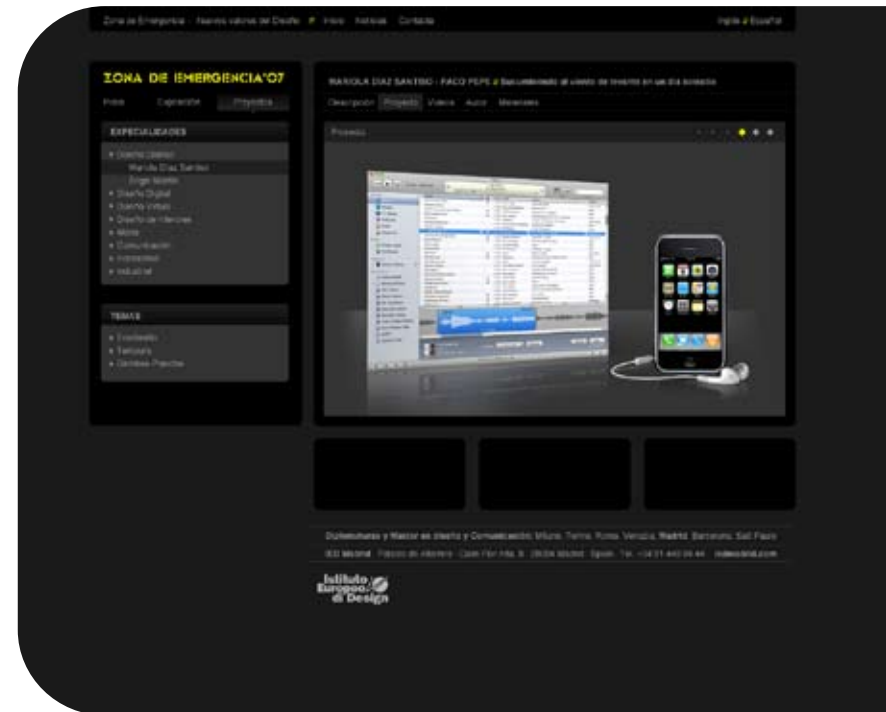
Comunicación, Publicidad y Marketing en Medios Online

Duración: 400 Horas

Inicio: 5 de noviembre de 2008

Finalización: 30 de junio de 2009

Horario: De 19.00 a 22.30 h





teenvio.com®

teenvio • e-mail marketing • comunicación directa con resultados • newsletters y boletines

CONTRATA YA TEENVIO

- Costes de implantación bajos
- Fácil de usar y flexible
- Gestión de sus bases de datos de contactos segura y versátil
- Edita sus newsletters y boletines
- Personalice sus envíos
- Control absoluto sobre las evoluciones y resultados de sus acciones de e-mail marketing o sus newsletters
- Proceso de bajas automático
- Gestión de remisiones

NUESTRA OFERTA
 Privacidad, ahora en ningún compromiso.

100! ENVÍOS GRATIS

NEWSLETTER 99 • Agosto 06

Spoilchild designs video tour for the new state of the art facilities of 365

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque interdum ornare mauris. Morbi sit amet magna. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean pretium elementum massa. Maecenas elit feiis, elementum in, aliquam in, hendrerit vel, massa. Sed uticies lectus. Donec eros mi, viverra non, gravida in, ullamcorper quis, lacus. Sed nec tellus ac justo bibendum consectetur. Nullam egestas est vel erat. Proin aliquam elit accumsan turpis. Proin purus elit, condimentum quis, aliquet nec, voluppat a, metus. Sed vehicula aliquet urna. Nunc ac orci. In dapibus. Donec ut nisi vitae arcu porta aliquam.

[You can watch the full video here](#)

Spoilchild designs video tour for the

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque interdum ornare mauris. Morbi sit amet magna. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean pretium elementum massa. [You can watch the full video here](#)

Spoilchild designs

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque interdum ornare mauris. Morbi sit amet magna. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. [You can watch the full video here](#)

MASTER'08

Comunicación, Publicidad y Marketing en Medios Online

Duración: 400 Horas.

Inicio: 5 de noviembre 2008.

Finalización: junio de 2009.

Horario: De 19.00 a 22.30 h.

De lunes a viernes, 3 y 4 días por semana.

Dirigido a: Diseñadores, Licenciados en marketing, publicidad y comunicación, Directores de arte y a todos aquellos profesionales interesados en especializarse en marketing digital.

Proceso de admisión: Se prevé una selección efectuada sobre la base de Currículum Vitae y carta de motivación. Se valorará la experiencia profesional previa.

Certificado: Al término del curso se entregará un certificado acreditativo por haber realizado y superado satisfactoriamente el mismo.

Asistencia: Será obligatoria la asistencia a clase e indispensable para obtener este diploma.

Plazas: el tamaño medio de los grupos en IED Master es de 22 alumnos. Plazas limitadas. Recomendamos realizar la matriculación al menos un mes antes del comienzo del curso.

Precio: 1.800 € matrícula + 6.100 € tasa de curso.

Admisiones: +34 91 448 04 44 · info@madrid.ied.es

Director del curso: Daniel Megías.

Coordinación: Hada Martínez.

En colaboración con:





MASTER

Los cursos **Master** presentan programas de estudio de alta calidad, en una amplia variedad de temáticas relativas al diseño y la comunicación. Están concebidos como recorridos de **investigación o de profundización de conocimientos y habilidades**, estrechamente orientados a temáticas específicas y de desarrollo de aptitudes para el crecimiento profesional de los alumnos.

Nuestros programas están plenamente reconocidos por las empresas ya que prestan una especial atención a sus necesidades en el desarrollo de recursos humanos: diseñadores y profesionales innovadores que conjugan la **creatividad y el conocimiento de su sector con una alta capacidad comunicativa y de gestión**. Los master están dirigidos a diplomados, profesionales y autónomos, como una oportunidad de enriquecimiento personal y profesional. 🍷

INTRODUCCIÓN

La comunicación, en todas sus facetas, es probablemente uno de los campos más apasionantes en los que desarrollar una carrera profesional, siendo un activo que ha acompañado la evolución de las empresas enriqueciéndolas y permitiendo su expansión, hasta el punto que desde comienzos del siglo pasado nadie concibe ningún modelo de negocio sin contar con esas disciplinas de la comunicación que llamamos marketing, publicidad, relaciones públicas.

Con la irrupción de las tecnologías de la información en el mundo empresarial –hablamos de los años 50 y 60- la evolución y desarrollo de estas disciplinas de la comunicación sufrió una aceleración importante: el tratamiento automatizado de la información así como la computarización de casi todas las tareas manuales impulsó la eficiencia y productividad de las actividades de todo tipo, hasta el punto que nadie puede imaginar la vida sin los ordenadores.

Por supuesto, la comunicación todavía sufrirían otra vuelta de tuerca en los años siguientes cuando las tecnologías de la comunicación evolucionaron hasta mezclarse con las de información –lo que se suele abreviar como TIC- provocando una “digitalización” de todas las actividades comunicativas y abriendo un mundo interactivo completamen-

te nuevo, haciéndose tangible para el público en forma de una red de ordenadores unidos por sistemas de comunicación: Internet.

En este escenario, es lógico que que la comunicación digital sea columna vertebral de todo tipo de actividades, y que el marketing, la publicidad y toda disciplina que tenga que ver con la comunicación de un modo u otro, deba adaptarse a la interacción, deba caminar por esa línea virtual infinita e hiperveloz, deba en resumen ser o estar en un estado digital que llamamos abreviadamente “online”. Pero si bien es fácil poner el sufijo “online” a cualquier cosa para que parezca más moderna o atractiva (p.e. marketing online), o simplemente como reclamo para vender mejor un producto o servicio (p.e. la publicidad online, que constituiría un ejemplo marketing aplicado a si misma: metapublicidad), ya en la práctica es mucho más difícil recorrer el escarpado sendero hacia las cimas de lo digital desde las cómodas planicies de la actividad tradicional: en estos momentos de transición y confusión generalizada entre un modelo de sociedad postindustrial hacia un nuevo modelo digital-interactivo, donde la innovación continua y la reinención de modelos de comunicación no da respiro a los modelos convencionales de marketing y publicidad hay una dirección muy clara que marca el camino a seguir para todos los pro-

fesionales: Internet. Online. Digital. Interactivo. Llámalo como quieras pero el futuro ya se escribe sólo con ceros y unos.

Es por ello que Internet se ha confirmado como uno de los canales más efectivos y capaces a la hora de desarrollar los planes de marketing y comunicación de toda empresa, y su importancia no hace más que incrementarse con la evolución hacia esa llamada sociedad de la información. Las posibilidades que aporta el mundo online en la interacción y comunicación mediante el desarrollo de todo tipo de sitios web, de campañas de banners, blogs, redes sociales, comunidades virtuales, promociones online, email marketing, advergaming, aplicaciones para dispositivos móviles y un sinfín más de técnicas y tecnologías que surgen casi a diario, están generando una nueva forma de hacer negocios.

Con este master, el Instituto Europeo de Design, líder en formación de diseño y comunicación, en colaboración Adiviti, una agencia de publicidad con vocación de servicios plenos pero altamente especializada en comunicación digital, quieren ofrecer todo su *know-how* para completar la formación de aquellos graduados o profesionales de la comunicación y el marketing que tengan una inquietud por conocer de una forma práctica y de pri-

mera mano aquellas herramientas, tendencias, estrategias y técnicas que se utilizan en el día a día de la comunicación online.

Nuestro aprendizaje se apoyará en todo ello pero con aplicaciones prácticas y reales, y para ello contaremos en el curso con una serie de profesionales acreditados que transmitirán sus experiencias sobre cada uno de los campos a tratar. 🍷

OBJETIVOS

A través de un completo programa que busca abarcar todos los aspectos de la comunicación digital desde una aproximación práctica, los contenidos del Master cubren toda la operativa de una agencia de publicidad online, además del desarrollo de los aspectos teóricos y estratégicos del marketing online, complementados con actividades prácticas dirigidas por profesionales del sector en los entornos más realistas posibles.

De esta forma, el Instituto Europeo de Design ofrece la oportunidad de complementar los estudios o experiencia profesionales con los últimos conocimientos en comunicación online, permitiendo un alto grado de especialización en todo lo referente al marketing y publicidad en la red, para así conseguir al final del curso:

- Que el alumno tenga una idea nítida del papel que juega Internet hoy en día en las organizaciones, de la fuerza que tiene en marketing y ventas, y de los posibles escenarios de futuro que puede ofrecer la red a los departamentos de comunicación y marketing de las empresas.
- Que los conocimientos estén cimentados con casos de estudio reales de las mejores prácticas en comunicación, estrategia y creatividad online.

- Que se tenga una base tecnológica adecuada que permita comprender los fundamentos de la mayoría de servicios que ofrece Internet.
- Que se refresquen y refuercen todos aquellos conocimientos del alumno acerca de los conceptos más importantes del marketing moderno, que le ayudarán a entender mejor los objetivos y el ámbito de sus actuaciones online.

- Que se comprendan y practiquen los fundamentos de dirección de proyecto, básicos en la realización de cualquier desarrollo tecnológico para lo puesta en marcha de estrategias de comunicación y publicidad online: desarrollo de microsites promocionales, formularios de captación, campañas de banners, blogs, piezas publicitarias richmedia, etc.
- Que se comprendan los fundamentos de las métricas en el mundo digital así como todo lo relacionado con la planificación de medios online.
- Que se conozcan las posibilidades promocionales, de captura y gestión de prospectos así como de su explotación posterior mediante programas CRM, todo ello en su vertiente online.

En definitiva, lo que pretende IED con este Master es la **graduación de profesionales altamente especializados** en las disciplinas de comunicación, marketing y publicidad online, con una visión práctica de la operativa a seguir y una perspectiva de las tendencias futuras, para poner en el mercado a los **especialistas más demandados y mejor preparados en este campo.** 📌



IEDMadrid/NewsPoint 01

20 Sept 2004



• Rueda de prensa presentación de la nueva sede del IED para el año 2005 el **Palacio de Altamira**.
+ ampliar



• El IED organiza una **fiesta internacional para agencias de comunicación** que asisten a la feria WST.
+ ampliar



• Presentación de la nueva colección de **vitra**, con la presencia de **Alberto Meda**.
+ ampliar



• Nuevos **Cursos de Especialización y Masters**.
+ ampliar



• **Jornada de puertas abiertas** + workshop, te esperamos el 28 de Septiembre en la sede del IED, calle Larra 14.
+ ampliar



• Presentación del libro **"Cuadernos de Diseño"**.
+ ampliar

• **Inicio de curso diplomaturas trienales**.
+ ampliar

• **Premios alumnos IED Madrid**.
+ ampliar

• Ampliar Newsletter

Milano Roma Torino **Madrid** Barcelona São Paulo

Istituto Europeo di Design
Calle Larra, 14
28004 Madrid
Telf. +34 91 448 04 44
www.ied.es/madrid

Istituto
Europeo
di Design

METODOLOGÍA

El Master pretende ser una herramienta de trabajo para sus receptores y, por tanto, quiere integrar una gran variedad de formas de aprendizaje, tales como:

- **Asignaturas teórico-prácticas:** son las que vertebrarán el curso y estarán presentes en todo momento como punto de referencia. En ellas el alumnado aprenderá los conceptos inherentes a cada tema a la vez que desarrolla sus propias prácticas.
- **Trabajos:** cada bloque temático tendrá un trabajo a desarrollar por el alumno donde plasmará los conocimientos adquiridos en ese área, y que se integrará en un proyecto final mucho más amplio que deberá presentar, ante un tribunal que lo evaluará, al terminar el curso.
- **Conferencias:** contaremos con la presencia de diferentes expertos en algunas de las áreas que cubre el curso.
- **Colaboraciones:** se establecerán colaboraciones con empresas externas para que el alumnado tome contacto con la realidad del sector.
- **Visitas externas:** el alumnado realizará visitas a empresas del sector donde conocerá de primera mano las actividades que allí se realizan.

Además, los alumnos contarán con actividades adicionales organizadas por el IED

Programa Cultural IED

El master cuenta en su programación con alguna de las actividades culturales del IED que puedan ser de interés y enriquecedoras por su contenido para el alumno.

Conferencias de profesionales

Estas charlas o conferencias pretenden acercar a los alumnos a las experiencias de algunos de los más destacados personajes de la Comunicación y el Marketing.

PROGRAMA DEL CURSO

1. Fundamentos de Tecnología, Marketing y Comunicación.

Se presentarán al alumno los conocimientos básicos y terminología técnica tanto desde el punto de vista de las tecnologías que se utilizan en el mundo online como desde la perspectiva más amplia del marketing y la publicidad:

- Bases y evolución de Internet como medio y canal.
- Terminología y conceptos.
- La red como oportunidad de negocio para la empresa.
- Principios de Marketing: tradicional y Online.
- Digital Branding.
- Web 2.0.

2. Creatividad online.

En esta parte del curso se mostrará a los alumnos las piezas y proyectos online que a juzgar por los creativos más reputados constituyen un hito en creatividad, así como aquellos best practices que aúnan creatividad y resultados. También se dará una perspectiva crítica tanto de las posibilidades como de los límites tecnológicos que caracterizan el medio online.

- Panorama de piezas creativas notables
- Posibilidades creativas del medio online
- Concursos y festivales
- Prácticas creativas

3. Estrategia, comunicación y promoción en Internet.

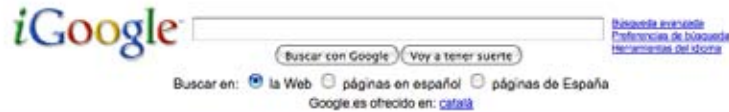
Aquí se hablará del papel del departamento de cuentas en las agencias interactivas, haciendo hincapié en sus diferencias con la gestión tradicional, y su posición dentro del esquema operativo de la agencia en su conjunto, que también se tratará. Por otro lado, se mostrarán las principales técnicas de promoción en la red así como las posibilidades de comunicación y presencia para las marcas en el entorno interactivo.

- Fundamentos de estrategia online.
- Redes sociales y comunidades virtuales.
- Mobile marketing.
- Email marketing.
- Blogs y contenido generado por el usuario.
- Análisis de posicionamiento.

4. Producción Interactiva.

Todo lo relacionado con la ejecución de las ideas en el medio se verá en esta parte del curso. Desde las herramientas más comunes para el diseño y producción online –de las que habrá varios talleres prácticos- hasta las fases y disciplinas a usar para la correcta gestión de un proyecto interactivo, pasando por todos los temas importantes a tener en cuenta (usabilidad, alojamiento, gestión de contenidos, etc.) y las tendencias tecnológicas más destacadas a la hora de implementar las estrategias online, como puede ser Google Analytics o Google Maps, aplicativos para redes sociales o dispositivos móviles, etc.

- Introducción a la producción en Internet.
- Websites: desde la compra del dominio hasta la medición de resultados.
- Gestión de Proyectos.
- Accesibilidad y usabilidad.
- Principales programas para diseñadores online.
- Principales lenguajes de programación.
- Herramientas y tecnologías a tener en cuenta.
- Multimedia y Rich Media.
- Flash y 3D.
- Técnicas de medición de resultados.
- Gestión de contenidos.
- Casos prácticos.



PROGRAMA DEL CURSO

5. Gestión y compra de Medios Digitales.

En este módulo, se mostrará al alumno todo el panorama de técnicas de compra y planificación de soportes digitales, así como de las fuentes más utilizadas para investigación de mercado online y las herramientas para la medición de resultados. Por último, se le mostrarán las posibilidades de compra que ofrecen los principales exclusivistas de soportes del mercado interactivo:

- Panorama de Medios Online.
- Formatos publicitarios.
- Players en el mercado digital.
- Investigación.
- Planificación Online.
- Herramientas de Medición.
- SEM/SEO.
- Casos prácticos.

6. e-CRM y Lead Management.

Los alumnos conocerán los fundamentos de la gestión de relaciones con los clientes, y verán las posibilidades que ofrece la tecnología para establecer contacto con los potenciales consumidores de la marca y seguir su interacción hasta el momento de la compra y después (fidelización). También se enseñarán nociones de relación mediante call centers combinados con la captación online.

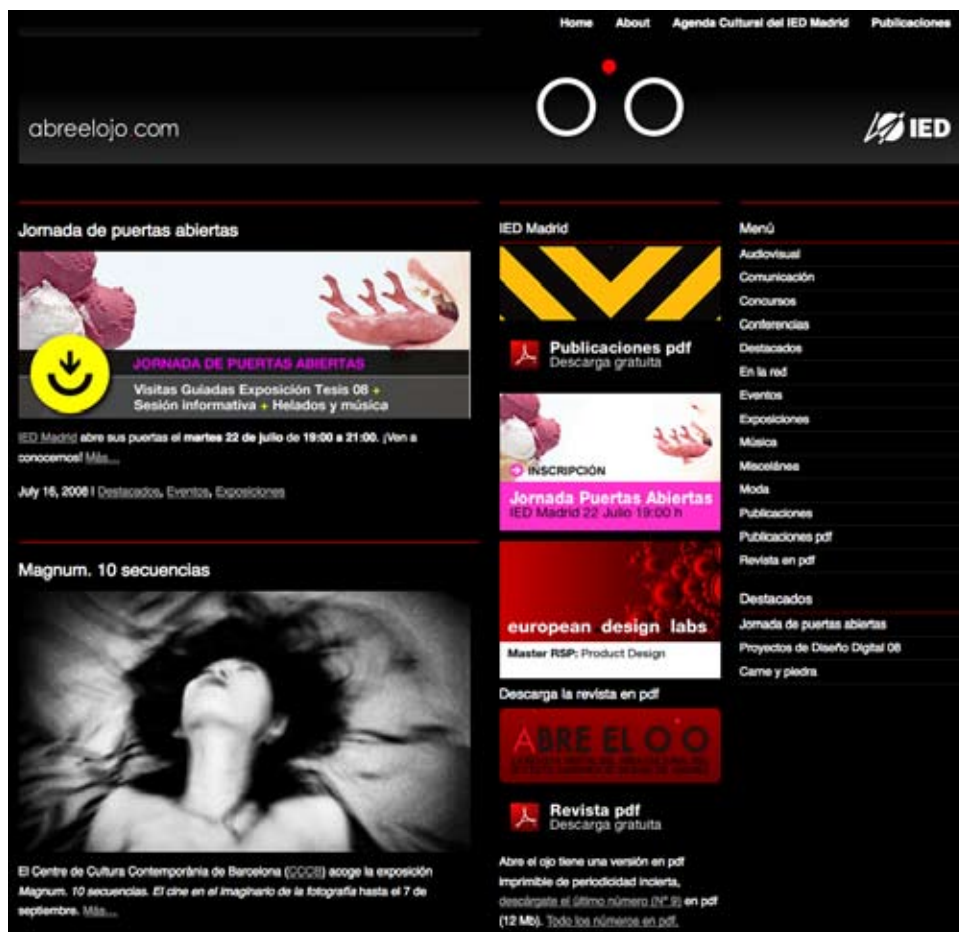
- Bases del e-CRM.
- Lead Management.
- Integración de Call Centers.

7. Tendencias y Best Practices.

Personajes de relieve del sector de la comunicación y profesionales reputados en el mundo online nos darán su visión del negocio y de las tendencias futuras, a la vez que nos mostrarán casos de éxito.

8. Proyecto Final.

Todos los alumnos plasmarán en un trabajo final gran parte de lo aprendido en el curso, de forma que tendrán que desarrollar por sí mismos contando con la ayuda y supervisión del profesorado y la Dirección del Master. 📌



PROFESORADO

Entre los muchos profesionales que participan en este Master podemos destacar entre otros a:

Joaquín Cobos. Socio fundador y Consejero delegado de ADTIVITI.

Sergio Ramírez. Director Creativo Ejecutivo de ADTIVITI.

Virginia Romero. Directora General de la agencia de medios online OXÍGENO CREATIVE MEDIA.

José Pérez. Socio fundador y Director de Desarrollo de INTELYGENZ.

Juan Herrán y Kali Romiglia. Socios fundadores de UVE PRODUCERS.

Pedro Travesedo. Director de Desarrollo de Negocio para Iberia y Latinoamérica de EYEBLASTER.

Oded Lida. Director General para España y Latinoamérica de EYEBLASTER.

Francisco Jiménez-Alfaro. Director de Servicios al Cliente de NTT EUROPE ONLINE.

Alfonso de la Nuez. Socio fundador y Director General de XPERIENCE CONSULTING.

Angel Gil. Socio fundador y Director General de _SPACIO CR_ATIVO.

Ana Valero. Directora de Lead Management de ADTIVITI.

José Corujeira. Creativo Freelance

Daniel Megías. CTO de ADTIVITI. 🇪🇸

BOLSA DE EMPLEO

El IED ofrece a sus alumnos la posibilidad de acabar su formación realizando prácticas en empresas y estudios de diseño y, en su debido momento, les facilita la entrada en el mundo laboral a través de un servicio específico de ayuda para la búsqueda de trabajo.

La confianza que las empresas depositan en los alumnos de IED es una garantía más de la calidad de su sistema formativo. 🇪🇸

INFORMACIONES GENERALES

ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

Calle Larra, 14 - 28004 Madrid

Registro mercantil: Tomo 7617, Libro 0, Folio 201, Sección 8, Hoja nº M - 123199, inscripción 1ª

Director IED Madrid: Riccardo Marzullo

El IED imparte cursos trienales, master, de especialización y de verano en modalidad presencial. En todos los cursos el alumno obtiene una titulación privada otorgada por el IED.

Para informaciones sobre duración de cada curso, fechas de inicio y finalización y número de horas lectivas, consultar los folletos de cada área que se encuentran a disposición de los alumnos en el centro.

El material necesario puede variar en función del curso elegido. El coste de este material correrá a cargo de cada alumno, teniendo en cuenta que el IED pone a disposición de los estudiantes los talleres informáticos, de moda y de diseño de producto.

Los cursos se imparten de lunes a viernes en la sede del IED y de forma ocasional la jornada del sábado. Los horarios pueden oscilar entre las 9:00 y las 23:00 horas. El número de plazas disponibles está limitado a 25-30 alumnos por grupo. Las horas indicadas en cada programa incluyen horas lectivas, tutorías de proyecto, clases prácticas en laboratorios y visitas culturales, en función de cada curso.

IED Madrid ofrece el servicio de Bolsa de Empleo para los alumnos graduados, encontrándose a disposición de los mismos el modelo de convenio en prácticas y la lista de empresas.

El periodo de inscripción para el siguiente curso académico se abre en noviembre del año anterior y se cierra una vez cubiertas las plazas disponibles. La reserva de plaza se formalizará previo pago de la tasa de inscripción.

El IED reconoce el derecho de desestimiento del alumno en determinados casos. Esta información, así como la que describe las causas, formalidades y consecuencias de la resolución del contrato, está recogida en el reglamento general, que se encuentra a disposición del público en las oficinas del Servicio de Información y Orientación al estudiante y de Administración.

El IED organiza anualmente un concurso para la obtención de una beca que puede cubrir el importe de la tasa de curso durante los tres años que dura el mismo. Dicha beca tendrá que ser renovada cada año con el cumplimiento de la normativa, que se encuentra a disposición del público en las oficinas del Servicio de Información y Orientación al estudiante y de Administración.

PRECIOS

TOTAL Design One Year 2008/09

6.700 € (1.700 € de matrícula + 5.000 € de tasa de curso). Curso Puente: 2.000 €.

Descuentos:

* Matriculaciones anteriores a 31 de mayo: 200 €.

* Pago de la tasa de curso antes del 30 de junio: 250 €.

CURSOS TRIENALES 2008/09

Precio anual: 7.700 euros (1.700 € matrícula + 6.000 € tasa curso)

IED MASTER 2008/09

Master de 500 h.: 8.900 euros.

Master de 400 h.: 7.900 euros.

Especialización, verano y otras modalidades, consultar.

PAGO DE LA TASA DE MATRÍCULA

INGRESO EN CUENTA Y ENVÍO DEL RECIBO BANCARIO POR FAX ESPECIFICANDO EL NOMBRE DEL ALUMNO

Pagos desde España

Banco Popular Español

c/ Génova, 20 · 28004 Madrid

Istituto Europeo di Design

Número de Cuenta: 0075-0322-81-0600446618

Pagos desde el extranjero

Banco Popular Español

c/ Génova, 20 · 28004 Madrid · España

Istituto Europeo di Design

Número de Cuenta: 0075-0322-81-0600446618

Código swift: POPUESMM

Código IBAN: ES65

En efectivo

TALÓN NOMINATIVO CONFORMADO A NOMBRE DE INSTITUTO EUROPEO DI DESIGN S.L.

TARJETA DE CRÉDITO (VISA, MASTERCARD)

PAGO DE LA TASA DE CURSO

Un único pago del total de la tasa de curso (mediante uno de los sistemas de pago de la matrícula), pagadero un mes antes del inicio del curso. Pago fraccionado mediante la posibilidad de financiar la tasa del curso a través de la entidad financiera Deutsche Bank Credit, S.A. tramitado un mes antes del inicio del curso tal y como se explica en el folleto informativo que se encuentra a disposición de los alumnos en los despachos del SIO y en el de Administración.



IED Master

Larra 14

28004 Madrid

Tel. +34 91 448 04 44

IED Madrid Palacio de Altamira

Flor Alta 8

28004 Madrid

Tel. +34 91 448 04 44

www.iedmadrid.com