online
EN DIRECTO

Máster en

Experto en tráfico de pago y estrategias de paid media

- 4ª ED. CLASES ONLINE EN DIRECTO -

Inicio 07/11/2023	7 meses	Clases online en directo	Bolsa de empleo

KSCHOOL

www.kschool.com

online
EN DIRECTO

Máster en

Experto en tráfico de pago y estrategias de paid media

- 4ª ED. CLASES ONLINE EN DIRECTO -

Descubre el Máster en Experto en tráfico de pago y estrategias de paid media

En los últimos años, el perfil de especialista en plataformas y tráfico de pago ha aumentado exponencialmente debido a que la necesidad de especialización está siendo cada vez más importante. Gracias a un mayor conocimiento en la variedad de herramientas utilizadas en las empresas, los perfiles con formaciones más concretas en un ámbito, ayuda a poder abarcar puestos más plurales y escalar de forma más rápida en las empresas.

En este máster Experto en tráfico de pago y estrategias en paid media de KSchool, formamos a los mejores especialistas del mercado gracias al programa más completo.

El objetivo principal del máster es que no sólo conozcas las herramientas de un especialista en tráfico de pago sino que además puedas liderar estrategias avanzadas y, para ello, nuestro máster se centra en desarrollar las capacidades principales, variadas y profundas que todo profesional debe tener:

· Visión de negocio.
· Habilidades técnicas.
· Capacidad de análisis.
· Conocimientos del entorno digital.
· Variedad de las herramientas más importantes para cada canal.

Cada módulo del máster es abordado de forma práctica de acuerdo con la filosofía de KSchool, para que aprendas trabajando y puedas establecerte como profesional al terminar el máster.

Objetivos

1. Dominar los 4 grandes bloques de los que se compone el máster:
   - Plataformas de adquisición de tráfico de pago y estrategias aplicadas a diferentes negocios tanto en buscadores como en una gran variedad de redes sociales.
   - Implementación y ejecución tanto de configuraciones como de aplicaciones técnicas para la correcta medición.
   - Conocimiento en herramientas análisis de tus campañas y saber interpretar los datos para dirigir las estrategias hacia los objetivos del proyecto.
   - Visión, conocimiento estratégico y aplicación de los recursos que otorgan las plataformas de pago y los datos a nivel empresa

2. Aprender a interpretar las necesidades de campañas independientemente del sector: marcas, B2B, leads, e-commerce, multimarcas, etc.

3. Plantear estrategias multicanal con criterio. Practicarás con las herramientas, implementando sus configuraciones al detalle, estructurando las cuentas, asignando presupuesto y realizando análisis completos de los resultados.

4. Ver en profundidad las plataformas de Google Ads y Business manager de Facebook ads, además, de canales de redes sociales: TikTok, Twitch, Pinterest, así como otros grandes canales de captación de tráfico como afiliación o Amazon.

5. Aprender a interpretar y analizar los datos obtenidos, para la toma de decisiones estrategias que impactarán en el negocio de clientes o empresa donde el alumno se desarrolle.

6. Se capacitará al alumno para la obtención de las certificaciones oficiales más demandadas en el sector como: Google Ads, Google Marketing Platform, Google Anlytics, Facebook Blueprint, Microsoft Advertising, Yandex Advertising o Amazon Advertising.

Perfil del alumno

Para cursar este máster, no es necesario tener una titulación previa específica y aunque si conviene tener ciertos conocimientos básicos de Marketing Digital (Conceptos, vocabulario, etc).

El único requisito es tener claro que te gustan los números y la creatividad para dar soluciones y recomendaciones a exigencias de negocio, además de tener una inquietud de conocer el amplio espectro que un perfil como este puede llegar a tener y así llegar a ser un profesional completo.

Este Máster es perfecto para:

Profesionales dentro del entorno del Marketing Digital, que quiera especializarse en plataformas de Paid Media.

Profesionales que ya trabajen en Paid Media y quieran complementar sus conocimientos.

Perfiles de otras áreas, que tengan conocimientos básicos de plataformas de marketing y quieran reorientar su carrera profesional hacia esta área emergente.

Salidas profesionales

Al finalizar el máster, estarás preparado para ocupar todo tipo de puestos relacionados con la publicidad en redes, anuncios de pago, estrategia y SEM.

Trabajos como **Performance manager**, **Traffic Manager**, **Paid media Manager**, **Trafficker**, **PPC manager**, **SEM Manager** o **Director de tráfico de pago** estarán a tu alcance.

SALARIO MEDIO EN ESPAÑA

42.150 € bruto/año

Un **Traffic Manager** puede recibir un salario de entre 27.300 y 57.000 euros al año, según datos de LinkedIn Salary.

Certificaciones

El máster prepara para poder hacer frente a varias certificaciones, que el alumno hará por su cuenta y de manera voluntaria:

- Certificación oficial de **Google Ads**
- Certificación oficial de **Google Marketing Platform**
- Certificación oficial de **Google Analytics**
- Certificación oficial de **Facebook Blueprint**
- Certificación oficial de **Amazon Advertising**
- Certificación oficial de **Bing Ads**
- Certificación oficial de **Yandex**
- Certificación oficial de **Microsoft Advertising**

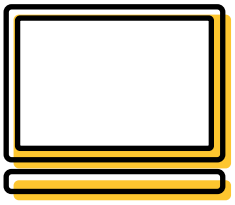
Modalidad Online

Lo mejor de nuestro presencial, ahora desde casa

El formato Online te permitirá vivir la experiencia presencial, desde tu casa: un profesor/a se conectará en directo para impartir su clase y responder preguntas y proponer ejercicios prácticos. Será como estar en KSchool pero desde la silla de tu escritorio.

CLASES EN DIRECTO en horario entre semana
+
¡GRABAMOS TODAS LAS SESIONES! Para que no te pierdas nada

ACCESO AL **CAMPUS VIRTUAL** para ver las clases y consultar material adicional, grabaciones y ejercicios.



ACCESO VITALICIO A LA **BOLSA DE EMPLEO** de KSchool.
+
INVITACIÓN A **EVENTOS EXCLUSIVOS** solo para alumnos.

Te esperamos en clase para que puedas aprender de la mano de los mejores profesores.

¿Estás preparado para convertirte en el mejor analista digital, diseñador UX o data scientist? Elige tu futuro, ¡qué nosotros te ayudamos a llegar a él!

Temario

GOOGLE ADS

Módulo 1. Introducción al máster

- Presentación del máster.
- TFM.

Módulo 2. Pensamiento crítico en Paid

- Mapa mental sobre objetivos performance.
- KPIs esenciales.
- Ejercicio propuesta de performance con excel.

Módulo 3. Búsqueda

- MCC y cuentas.
- Niveles de accesos, restricción de dominios.
- Estructuras de cuentas.
- Interfaz de Google Ads.
- Creación de cuenta (sin método de pago).
- Configuración de facturación.
- Nomenclaturas de campañas.
- Sistemas de puja, CPC, CPA, tROAS, tCPA...
- Antiguas smart y PMAX.
- Presupuestos:
  - Diario y cómo funciona.
  - Presupuestos compartidos.
- Creación de campañas de búsqueda por palabras clave.
- Redes.
- Programación de anuncios.
- Opciones de ubicación: Ubicación, radio, presencia y/o interés, exclusiones...
- Rotación de anuncios.
- Ajustes de puja: geográficos, por audiencias.
- Anuncios.
- Restricción de caracteres.
- Anuncios adaptables.
- Optimizaciones de copys.
- Rotaciones de anuncios.
- Extensiones.
- Palabras clave.
- Concordancias.

- Términos de búsqueda.
- Negativas y listas de negativas.
- Ejercicios con concordancias.
- Keyword Planner.
- Nivel de calidad y nivel de optimización.

Módulo 4. Búsqueda Avanzada

- Enlazado con Analytics, Optimize, GSC...
- Casos prácticos.
- Código de conversiones.
- Conversiones y micro conversiones.
- Conversiones de llamada, tipos.
- Ventana de conversión.
- Distintos sistemas de atribución y cuando usarlos.
- Código nativo vs Analytics.
- Anuncios: inserciones dinámicas.
- Optimizaciones en landing pages enfocadas a campañas paid.
- Clics inválidos: plataformas que los gestionan.
- Scripts.
- Editor Google Ads.

Módulo 5. Otras campañas de búsqueda

- Distintos tipos de campañas de búsqueda o híbridos.
- RLSA: Introducción a audiencias para search.
- DSA:
  - ¿Qué son? Diferencia con search.
  - Configuración de la campaña.
  - Fuente de segmentación.
  - Objetivos de anuncios dinámicos.
  - Anuncios dinámicos y best practices.
- Local Ads: GMB.
- Hotel Ads.
- Anuncios para app.
- Anuncios y campañas de llamada.
- Campañas Performance Max:
  - Qué son: introducción y configuración.
  - Señales de audiencia.
  - Pros y contras.
- Informes.

Módulo 6. Google Shopping y campañas de producto

- Introducción y dónde aparecen.
- Distintas ubicaciones y tipos de anuncios.
- Políticas de anuncios.
- El feed.
- Atributos obligatorios.
- Atributos opcionales.
- Google Merchant center.
- Configuraciones.
- Tipos de subida.
- Diagnóstico de errores.
- Creación de campaña de Google Shopping en Google Ads.
- Configuraciones.
- Prioridades de campaña.
- Sistemas de puja.
- Diferentes estructuras y estrategias.
- PMAX vs Shopping Estándar.
- Informes.
- Otras campañas y opciones.
- TrueView for shopping.
- Free Shopping lists.
- Shopping para coches.
- Buy on Google.
- Examen de certificación Shopping Ads.
- Campañas de compras en Microsoft advertising.

Módulo 7. Display

- Definición.
- Dónde aparecen mis anuncios.
- Componentes.
- Control de frecuencia.
- Distintos tipos de audiencias.
- Datos geográficos.
- Intención de compra, vitales, afines.
- Similares.
- Listas de clientes.
- Personalizadas.
- Remarketing.
- Temas, emplazamientos, palabras clave.
- Segmentación vs observación.
- Expansión de segmentación.
- Sistemas de puja.
- PMAX vs Standard Display.

- Anuncios y optimizaciones.
- Remarketing dinámico.
- Discovery Ads: ganancia de importancia.
- Gmail Ads.
- Estrategias de Youtube.
- Diferencias con Display.
- Tipos de anuncios.
- Optimizaciones de anuncios: Ejemplos y tips de optimización.
- Configuración y ejercicios.

PROGRAMÁTICA

Módulo 8. Programática y privacidad

- Introducción a compra programática:
  - Contexto.
  - Ecosistema.
  - Modelos de compra (tradicionales y nuevos).
  - Formatos.
- Data:
  - Tipos de data.
  - Funnel de audiencia.
  - DataDriven.
- Tecnología:
  - Modelos de atribución.
  - Herramientas: CRM, DMP, CDP...
- Brand Safety:
  - Adfraud.
  - Brand Suitability.
- Privacidad digital:
  - Contexto.
  - Legislaciones.
  - Cookieless.
  - ATT.
  - Posibles soluciones.
  - Foco en RRSS.
- Inteligencia Artificial:
  - Machine Learning.
  - Deep Learning.
- Digital transformation:
  - Teoría aplicada a la empresa.

SOCIAL ADS

Módulo 9. Facebook e Instagram

- Introducción al Social Ads.
- Facebook e Instagram Ads.
- Business Manager vs cuenta.
- Accesos y permisos.
- Pixel.
- Embudo de venta.
- Públicos: Guardado | Personalizado| Similar.
- Superposición de audiencias.
- Reach & Frecuency.
- Objetivos de campaña.
- Tipos de anuncios .
- UTMs.
- iOS14 y mejoras.
- Configuraciones de campaña.
- Optimizaciones y recursos.
- Ejercicio de creación de estrategia.
- Preparación certificación Facebook Ads.
- Meta pra retailers: Catálogos y feeds.

Módulo 10. Ads en otras redes sociales

- Tik Tok Ads.
- Twitter Ads.
- Linkedin Ads.
- Estrategias combinadas de redes sociales.

Módulo 11. Paid Branding

- Briefing.
- Externalizar vs Tener equipo interno.
- Relación con agencias,
- Proceso creativo.
- Guest posts.
- Fixed fees.
- Product gifts.
- Comisiones por ventas (uso de UTMs).
- Derechos de imagen.
- Campañas anuales.
- Gestión por managers.
- Palancas 360º.
- Redes de influencers (21 buttons, reward Style...).

OTRAS PLATAFORMAS

Módulo 12. Paid Marketing en Marketplaces

- Amazon Ads:
  - Fundamentos, requisitos para anunciarse.
  - Ecosistema y potencial de Amazon.
  - Herramientas y plataformas de de marketing:
    - SVS.
    - A+ Premium.
    - Deals.
    - Vines.
    - ABA.
    - Paquetes de Marketing.
    - Eventos especiales.
    - DSP.
    - Advertising console.
- Publicidad en amazon:
  - Search.
  - Sponsored Products.
  - Sponsored Brand.
  - Sponsored Display.
  - Brand Stores: aduencias y KPIs.
  - Keywords.
  - Reporting.
  - Workshop.
  - Tipos de campañas y optimizaciones.
    - Estrategias.
    - Informes y atribución.
- Herramientas.
- Otros marketplaces y estrategias de promoción.

Módulo 13. Sinergias, estrategias y trabajo con Ads

- Lo más importante para que funcione cualquier campaña de Ads
- Sinergias, estrategias y trabajo en Marketing
- Estrategias Paid + Marketing (SEO, Email, CRM, Marketplaces, Chatbots, Automation...)
- Vinculación herramientas de Google con Ads
- Experiencias, errores comunes
- Casos de éxito
- Planificación del trabajo diario y colaborativo
- Media Plan de Ads
- La IA interligencia Artificial en Paid media
- Qué sabe Google de los usuarios y como los cualifica

Módulo 14. Plataformas multicanal

- Search Ads 360 y Campaign manager.
- Introducción a Search Ads 360.
- Google Ads vs. Search Ads 360.
- Setup & Floodlights: creando la estructura de medición.
- Audiencias: concepto e importancia.
- Gestión de campañas: Custom Columns + Rules.
- Modelos de atribución.
- Campaign manager.
- La importancia del traficado y la atribución.
- Posibilidades de automatización.
- Bid Strategies. Mejores prácticas.
- Reporting e insights unificados.
- Práctica con la herramienta.
- Display & Video 360.
- Creación y gestión de Audiencias.
- Campaign Manager y medición de campañas.
- Reports & Modelos de atribución.
- Google Creative Studio.
- Dynamic Creatives.
- Marin Software.
- Kenshoo.

Módulo 15. Plataformas internacionales

- Microsoft Advertising Ads vs Google Ads.
- Estrategias combinadas ambas plaformas
- Introducción a campañas en Yandex, Baidu, Naver, Yahoo...

ANÁLISIS DE DATOS

Módulo 16. Analítica enfocada a paid

- Establecimiento de objetivos y KPIs.
- Tipos de sitios negocios y estrategias, objetivos y KPIs básicas.
- Alinear la analítica digital con la estrategia de negocio.
- Introducción a Google Analytics 4.
- Cómo configurar una cuenta.
- Recorrido de la interfaz.
- Métricas y dimensiones.
- Eventos, sus limitaciones y utilidades prácticas.
- Informes básicos.
- Audiencias predictivas.
- Perfiles orientados a negocio: los filtros.
- Objetivos y ecommerce.
- Aplicaciones de informes personalizados.
- Aplicaciones de segmentos personalizados.
- Performance Marketing con Analytics. Creando test a medida de los sites.
- Segmentación Avanzada con Google Analytics.
- Aplicación de técnicas avanzadas.
- Vinculación análisis y negocio.
- Ejercicios de estrategia y análisis.

Módulo 17. LTV y cohortes

- LTV
- Cohortes
- Atribución
- Audiencias
- Casos prácticos

Módulo 18. Tag Manager enfocado a paid

- Introducción a los sistemas de tracking:
  - Qué es.
  - Tipos de tracking.
  - Concepto de cookie.
  - Concepto de sesión.
  - Concepto de usuario.
  - Cómo se suele instalar sin un gestor como Google Tag Manager.
  - HTML y Javascript básico orientado a tracking.
- Introducción a Google Tag Manager.
  - Perfiles y contenedores. Mejores prácticas para su gestión.
  - Conceptos básicos: Tags, Triggers y Variables.
  - Tags nativos.
  - Plantillas de tags.
  - Triggers integrados.
  - Variables integradas.
  - Entornos.
  - Debugging básico.
- Trackers Google Analytics básicos (Universal Analytics & Analytics 4).
  - Básico.
  - Eventos.
  - Enhanced Ecommerce.
- Variables personalizadas y uso del DataLayer.
  - Constantes.
  - Javascript personalizado.
  - DataLayer.
  - Variables de entorno y debugging.
- Trackers Google Analytics avanzados (Universal Analytics & Analytics 4).
  - Parámetros avanzados.
  - Configuración de un contenedor básico.
  - Documentación para instalación en desarrollo.
  - Módulos para plataformas comunes: Magento, Wordpress, Prestashop, Shopify.
- Trackers para PPC: remarketing dinámico y conversiones.
  - Google Ads.
  - Facebook Ads.
  - Bing Ads.
  - Criteo.
  - Amazon Ads.
  - Personalización de tags para cualquier plataforma.
- Buenas prácticas y hacks.
  - Nomenclatura.
  - Control de duplicados.
  - Control de sesiones y páginas vistas mediante cookies.

- Gestión de inventario de tracking.
- Introducción al server side tracking.

Módulo 19. Looker Studio

- Looker Studio:
  - Introducción a la visualización de datos.
  - Jerarquización de la información.
  - Adaptación al destinatario.
  - Contextualización de los datos.
  - Psicología del color.
  - La elección del gráfico perfecto.
  - Uso de las cronologías.
  - Storytelling.
  - Efectividad vs simplicidad.
  - Datos geolocalizado.
  - Tipos de informes.
  - Visualización de datos en crudo.
  - La llamada a la acción.
  - Usabilidad y experiencia de usuario.
  - Customer Journey.
  - Fundamentos
  - Radios vs longitudes.
  - Usos de las escalas.
  - Tridimensionalidad.
  - Etiquetado.
- Google Spreadsheet.
  - Variables.
  - Configuración de plugins.
  - Solicitud de datos.
  - Visualización.
  - Monitorización de reportes.
- Fundamentos de Looker Studio
  - Qué es Google Looker Studio.
  - Características de la herramienta.
  - Cómo funciona.
  - Looker Studio y Drive.
  - Fuentes de datos en Looker Studio
  - Conectores de Google.
  - Conectores de software libre.
  - Gestión de fuentes de datos.
  - Edición de fuentes.
- Explorador Lab
  - Qué es el Explorador.

    - Características de la herramienta.
    - Cuadros de mando.
    - Aplicaciones para informes.
- Informes en Looker Studio
    - Uso de plantillas.
    - Informes desde cero.
    - Composiciones de datos.
    - Aplicación de estilos.
- Segmentación
    - Controles de filtros.
    - Filtros de dimensión.
    - Segmentos importados.
    - Filtros personalizados.
    - Fuentes de datos avanzadas
    - Selección de formatos.
    - Campos calculados.
    - Fórmulas y funciones.
    - Fuentes de datos combinadas.
- Plan de Visualización de Datos
    - Qué es el Plan de Visualización de Datos.
    - Integración con el Plan de Analítica.
    - Estructuraciones lógicas.
    - Plan de mejora continua.

Módulo 20. Spreadsheets y reports

- Para qué sirve y qué nos ofrece.
- Manejo general del programa.
- Límites del programa.
- Casos de uso para PPC.
- Atajos de teclado.
- Exportar datos des de Google Ads y Analytics.
- Preparar los datos para trabajar con ellos.
- Fórmulas y usos de sheets más habituales.
- Introducción a las queries de sheets.
- Ejemplos de plantillas/KPIs que se actualizan automáticamente.
- Tips para la visualización de datos.

Módulo 21. Finanzas para el negocio

- KPIs y métricas para plan de negocio para start-ups y negocios variados: opex, capex, ebitda, payback.
- Aprende a leer una P&L.
- Impacto de inversión en negocio.

MEJORA PROFESIONAL

Módulo 22. Herramientas de gestión diaria

- Saber qué está pasando.
- Tener claras las prioridades.
- Organizarse en el tiempo.
- Framework general y sistemas.
- Eliminar fricciones.
- Las tareas: gestión y organización.
- Cómo desbloquear proyectos.
- El uso correcto de la agenda.
- La importancia de las rutinas.
- Las listas y revisiones.
- Gestión de los imprevistos.
- ¿Cómo afrontar los días malos?
- Gestión del correo electrónico.
- Gestión de las distracciones.
- Situaciones imposibles y renegociación.
- Revisión y ajuste.

Módulo 23. HR Performance: optimiza tu perfil y experiencia profesional

- Preparar un proceso de selección: el CV, diferentes RRSS y otros recursos
- Cómo aplicar a la vacante adecuada: perfiles de paid performance y tipos de empresas
- Fases del Recruiting y cómo enfrentarse a los diferentes interlocutores
- El proceso de selección desde el otro lado: ¿Qué se espera del/a candidato/a?
- Aprende a negociar
- Entiende tu nómina
- Nuevo paradigma “Remote working”: ¿estás preparado? ¿qué necesitas saber?

TFM

Módulo 24. Trabajo Fin de Máster

- Corrección TFM.
- Presentación TFM.

Trabajo Fin de Máster

El Trabajo Final de Máster se irá desarrollando a lo largo del máster en grupo, con entregas parciales que el alumno deberá cumplir.

Existen 3 temáticas a elegir:

- Auditoría de cuentas reales
- Establecer mix de canales de inversión en base a un objetivo de ventas
- Establecer mix de canales de inversión en base a un presupuesto objetivo

Además del TFM, a lo largo del Máster se llevarán a cabo ejercicios complementarios que el alumno deberá realizar.

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.

Aunque la mayoría de las herramientas son online, el editor de Google Ads es descargable. Las intrucciones para instalarlo se darán en clase.

Herramientas y programas

En el Máster de Experto en tráfico de pago y estrategias paid media aprenderásа utilizar con soltura las herramientas más demandadas en las ofertas de empleo:

- Google Analytics
- Google Tag Manager
- Looker Studio
- Tik Tok Ads
- Google Ads
- Facebook Business Manager
- Spotify Ads
- Microsoft Advertising
- Google Marketing Platform
- Twitter Ads
- Linkedin Ads
- Amazon Ads

...¡y muchas más!

Profesores

Directora del Máster Experto en Tráfico y Estrategias Paid Media

Mai Molina

International Performance Manager en Santafixie y Performance manager en Korentia

Alfonso Moure

CEO & SEO Consultant en bigmomo

Ramón Fabregat

CEO y Consultor Web Manager Service

Daniel Balboa

Head of Madtech, Data & Digital Strategy en LG Electronics

Blanca Ester López

Directora de cuentas en CrackPPC

Myriam Navas

Analista digital y gestora de cuentas publicitaras (SEM/PPC) | Freelance

Elisa García

HR Director en The Mind Hub Company/Intercom Empresas

Daniel Rocafull

Head of Social en Wanatop

Rocío del Mar Álvarez

Analytics Senior Consultant en Annalect

Sara Sánchez

Social Media Manager en ISDIN

Carlota Sanjurjo

Financial controller en SantaFixie

Marta Morente

Head of Digital en La Pequeña Fábrica

Ana Kostic

Responsable de PPC en bigmomo

Jorge Pascual

Paid Media & Marketplace Strategist en Interdigital

Nacho Bengoetxea

Performance Team lead en Making Science

Albert Berlanga

CEO en Internectia

Marian López

Acquisition marketing manager

Carlos David López

Head Marketing en Idento

Patricia Díez

Omnichannel & Consultancy Area Manager en Making Science

* El claustro de profesores puede sufrir modificaciones.

Inscripción y precio

1º. RESERVA DE PLAZA

500 €

2º. OPCIONES DE PAGO

Pago único
-5% de descuento.

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

Desde KSchool te ofrecemos dos opciones de financiación

KSCHOOL

Hasta 12 cuotas
sin intereses*

¿Necesitas más tiempo? Estudiaremos tu situación de forma **personalizada** para encontrar la solución más adecuada.

*Hasta 12 cuotas sin intereses: financiación a medida según el perfil crediticio del alumno. El 100% de las cuotas deberán de estar abonadas 30 días antes de la finalización del máster. El numero de cuota se adapta a 30 días antes de la finalización, al perfil crediticio y según la fecha de contratación.

Becas a personas en situación de desempleo o ERTE

En KSchool contamos con becas individuales valoradas en 1.000 € para personas que quieran formarse en uno de nuestros másteres, pero que se encuentren actualmente en situación de desempleo o afectadas por un ERTE.

Pregúntanos y te informaremos sobre los requisitos y las características de estas becas.

Estas becas no son acumulables a otras ofertas o promociones.

- 1.000 €
por situación de desempleo o ERTE

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.

Si nuestros planes de financiación o becas no se ajustan a tu situación, ¡escríbenos!

En KSchool **tratamos cada caso de forma personalizada**. Queremos que te formes con nosotros.

Bolsa de Empleo

En KSchool contamos con una Bolsa de Empleo propia donde las mejores empresas buscan talento.

Nos enorgullece decir que el 96% de nuestros alumnos están trabajando y que muchos de ellos consiguieron su primer empleo en el sector digital o lograron cambiar su puesto gracias a la Bolsa de Empleo.

Pero, ¿**cómo funciona** esta Bolsa de Empleo?

1. Tienes que ser alumno de KSchool
2. Revisa la plataforma para conocer las nuevas ofertas (becas o empleos, siempre remunerados). Además, solo recibirás las que vayan dirigidas a tu área de formación. ¡Todo bien filtrado para que solo te lleguen las ofertas de empleo que de verdad te interesan!
3. Aplicas a la oferta y si todo va bien...
4. La empresa te contactará para que hagas una entrevista y puedas formar parte de su proceso de selección.
5. Este es el punto que más nos gusta: cuando os eligen para cubrir su vacante y nos escribís para contarnoslo :) ¡Es genial cada vez que un/a KSchoolero/a nos dice que tiene un nuevo trabajo gracias a la Bolsa de Empleo!

Eventos y networking

Además de poder aprender mucho en clase, desde KSchool os invitamos a eventos, masterclass, talleres y conferencias que os servirán para ampliar vuestros conocimientos y para contactar con grandes profesionales.

Síguenos a través de las redes sociales para estar al tanto de estas acciones y revisa tu mail. ¡Algunos de nuestros eventos son exclusivos para alumnos!

Preguntas frecuentes

Para resolver cualquier duda podéis escribirnos a **admisiones@kschool.com** o llamarnos al **91 910 09 54**, pero a continuación recogemos algunas de las preguntas que más nos hacéis. ¡Esperamos que os sean de ayuda!

¿Qué diferencias hay entre la modalidad presencial y Online?

La principal, el formato presencial requiere que acudas a clase, por lo que solo podrás cursarla si estás en Madrid o Barcelona, y siempre que tengas disponibilidad los viernes por la tarde y sábados por la mañana.

El formato Online es para todos aquellos que tengan una buena conexión a internet, ya sea desde Granada, Teruel o Cuenca. Las clases se imparten entre semana en horario de tarde.

¿Qué pasa si no puedo acudir a una clase?

En la modalidad presencial te ofreceremos la opción de recuperar esa clase en otra edición o modalidad siempre que sea posible.

¿Para qué sirve el Campus Virtual?

En el Campus Virtual encontrarás ejercicios y materiales complementarios a las clases que recibirás de forma presencial. Además, también tendrás acceso a las presentaciones que los profesores utilizarán en sus clases y podrás comunicarte con tus compañeros y profesores para resolver dudas a través de los foros.

¿Hay exámenes?

¡No! Durante las clases realizaréis ejercicios prácticos y la evaluación final que nos permitirá ver si habéis adquirido los conocimientos necesarios se realizará a través del Trabajo de Fin de Máster.

¿Necesito un título universitario para cursar un máster en KSchool?

No, no necesitas ningún título previo. Existen formaciones donde si es necesario contar con unos conocimientos básicos, pero no te preocupes por esto ya que antes de realizar la reserva te preguntaremos por tu preparación previa y si fuese necesario te solicitaríamos el CV. ¡Queremos que aproveches al máximo tu paso por KSchool!

Los números de KSchool

Nacimos en 2011 con una idea en la cabeza: formar a los nuevos perfiles profesionales que la red demanda de forma constante y hacerlo de la mejor forma posible. Por ello, nos definimos como “La escuela de los profesionales de Internet”.

La experiencia y los grandes profesionales con los que contamos como profesores nos avalan. Como siempre decimos, en ciertos sectores a día de hoy, el valor no lo aporta un título si no lo que el profesional sabe hacer.

DESDE 2011
FORMANDO PERFILES

+6.000
ALUMNOS
HAN PASADO POR NUESTRAS AULAS

3
MODALIDADES
DE FORMACIÓN: PRESENCIAL, ONLINE E HÍBRIDA

+60
EDICIONES
EN ALGUNOS DE NUESTROS PROGRAMAS

+20
PROGRAMAS
¡PARA QUE ELIJAS TU FUTURO!

+ 1.600
EMPRESAS
HAN BUSCADO TALENTO EN NUESTRA BOLSA DE EMPLEO

Tenemos **experiencia**, los mejores y más actualizados **programas de formación**, y a los **profesionales** más reconocidos del sector impartiendo clases en nuestras aulas.

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 ninguna duda, estamos aquí para ayudarte. Llámanos o escríbenos y tendremos una conversación personalizada contigo, ¡nos encanta conoceros!

INFORMACIÓN KSCHOOL

admisiones@kschool.com
91 910 09 54