



POSTGRADO  
**Compra  
Programática**

# Información Básica



**3**  
**Noviembre**  
**2017**



**Modalidad**  
**Presencial**



**Viernes**  
**16:00/21:00**  
**Sábado**  
**9:00/14:00**



**Campus**  
**Madrid**  
**El Garaje**



**2**  
**Febrero**  
**2018**



**Duración 75h**

# Por qué DIC

## Transformación Digital

La **transformación digital** afecta a todos los ámbitos de la sociedad, y en particular al mundo de los negocios: el conocimiento digital y su continua actualización resultan claves para el óptimo desarrollo empresarial.

Por este motivo, el Digital Innovation Center ofrece la más completa formación en el sector digital a profesionales, empresarios, estudiantes y graduados.

## Nuestros Programas

Creados desde un **enfoque profesional y práctico**, destinado a adquirir los conocimientos, herramientas y destrezas para alcanzar el éxito en el entorno digital empresarial.

Diseñados a partir de las **necesidades de las empresas del sector**, de las tendencias del mercado y de sus constantes actualizaciones.

Destinados a alcanzar el **máximo desarrollo de cada individuo**, capacitándolo para ser más competitivo, enfrentarse a los retos actuales y de futuro y convertirlo en un perfil capacitado para el mundo empresarial.

# Introducción

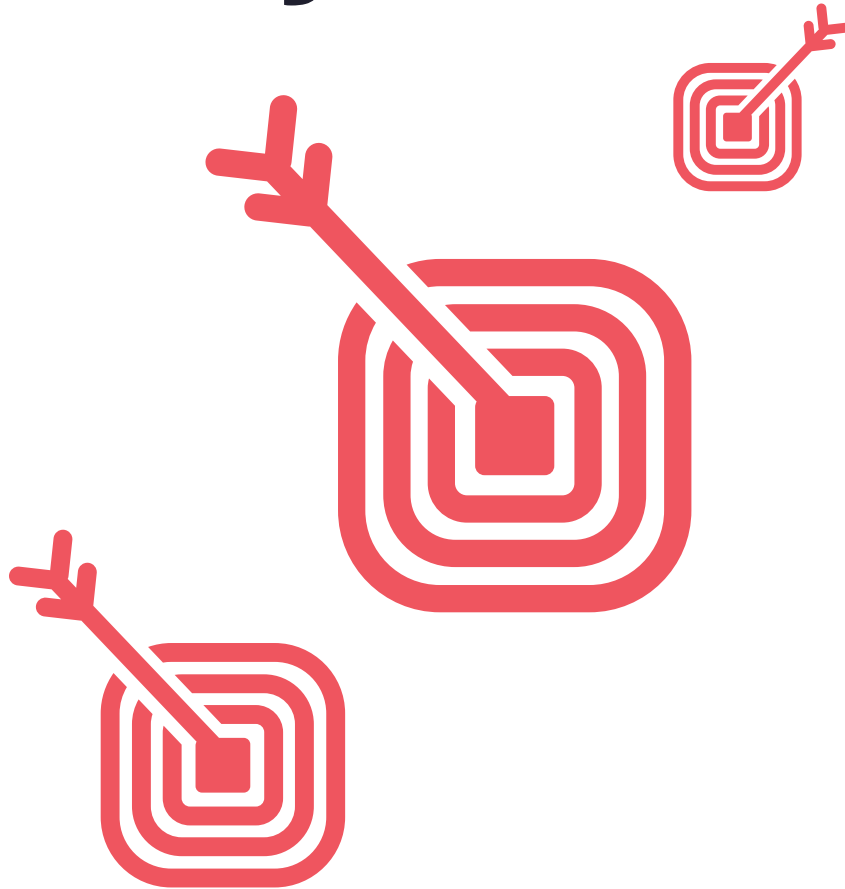


La compra de medios digitales requiere **segmentar de forma muy precisa a nuestro público objetivo y encontrar los medios adecuados para las campañas.** Si los públicos tienen gustos y hábitos muy específicos en la red, también lo serán los medios que consumen.

Hoy, gracias a la estrategia programática de medios, podemos garantizar que **cada impresión llegará a la persona adecuada,** en el momento adecuado y, además, con el precio más ajustado posible. Esto es lo que nos garantiza que la **inversión en medios sea eficaz y eficiente.**



# Objetivos



## Formación integral para la incorporación al mercado laboral

Este curso tiene como objetivo **entender y aprender a gestionar el ecosistema de la compra de medios programática** a través de la puesta en práctica de un caso real.

Los profesionales que imparten este curso, te ayudarán a entender el cambio de foco que supone comprar medios **basándonos en los datos de comportamiento en tiempo real de usuarios, no en los soportes.**

# Metodología

## Aprendizaje activo

40+40+20

### 1. Aprender a equivocarnos

Casos para resolver

40%

### 2. Participar, actuar:

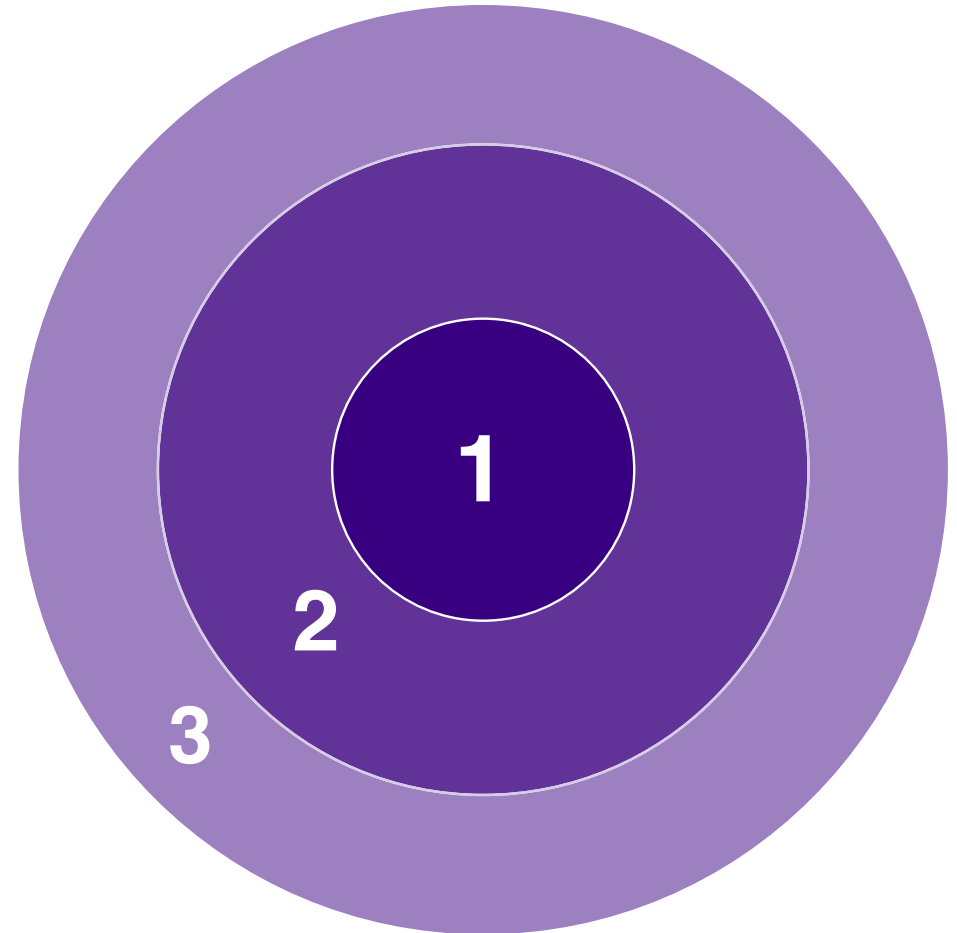
Debates, trabajo en equipo

40%

### 3. Flipped learning

Base conceptual de conocimientos mínimos y contenidos, si puede ser, para leer fuera de clase

20%



# Temario

1



**Introducción**

2



**El brief**

3



**Los datos como eje de la estrategia**

4



**Los agentes que intervienen en la compra programática**

5



**Modelos de atribución**

6



**Cómo medir la estrategia de medios programática**

7



**La creatividad sigue siendo clave**

8



**Tendencias futuras**

9



**Los casos trabajados**



## 1. Introducción: planificamos audiencias, no medios

A través de este módulo entenderás las ventajas de esta modalidad de compra y en qué es diferente de la compra de medios tradicional. Y también entenderás que no es la solución para todo, es una herramienta estratégica más en tu planteamiento compra de medios.



## 2. Brief de una marca

A través del brief real de una marca, aprenderás la aplicación práctica de los módulos del curso.





### 3. Los datos como eje de la estrategia

Los datos son el eje de la compra programática. Pero hay que saber qué datos usar y cómo usarlos. A través de este módulo aprenderás a usar los datos de forma estratégica en tus planteamientos de compra programática. Así podremos llegar al usuario adecuado, en el momento adecuado, con el mensaje adecuado desde una plataforma integrada que cubre la captación de datos, la activación a través de la herramienta de puja (el DSP demand side platform), y después la generación de creatividades en base a los datos previos y los resultados.



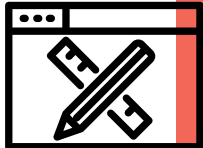
### 4. Los agentes que intervienen en la compra programática

El Ad Exchange es el punto de encuentro entre la oferta y la demanda digitales. Entender como funciona y las opciones que nos ofrece es básico para obtener la máxima eficiencia de la campaña.



## 5. Modelos de atribución

Los modelos de atribución nos ayudan a entender qué valor de ventas y conversiones se da a los diferentes puntos de contacto del proceso de conversión. Hay modelos de atribución predefinidos pero también puedes diseñarte el tuyo propio. A través de este módulo entenderás la importancia que tienen y los modelos de atribución posibles.



## 6. Cómo medir la estrategia de medios programática

El ROI es básico a la hora de invertir en publicidad. En este módulo, analizaremos qué herramientas tenemos para definir qué medimos en cada campaña. Con la compra programática podemos tomar mejores decisiones si medimos si los anuncios se han visto, si llegan al público adecuado, cómo actuaron los que lo vieron y clicaron, la ruta de acceso a la compra y qué tiene un impacto mayor de las acciones que hemos ejecutado (pudiendo analizar resultados de test en dinámico).



## 7. La creatividad sigue siendo clave: datos+tecnología+creatividad

La compra programática combinada con una estrategia de Dynamic Creative optimization (DCO) podremos crear comunicaciones personalizadas basándonos en los datos. Podemos hacer test A/B o multivariantes en automático de nuestras creatividades para poder tomar decisiones futuras más acertadas.



## 8. Tendencias futuras

En este módulo, Arturo Marín nos dará unas pinceladas de lo que nos depara el futuro de la compra programática, no hay límites de soportes, y lo que se puede llegar a coseguir si la combinamos con publicidad predictiva.



## 9. Los casos trabajados

Presentación de los briefs trabajados.

# Calendario



# Inscripción



## PRECIO CURSO

**2.800 €** Matrícula normal

**2.600 €** Early bird

## FORMAS DE PAGO

### Matrícula normal

- Antes del 31 de Octubre de 2017

### Early bird

- Antes del 15 Octubre de 2017

## Cancelación y devoluciones

La cantidad abonada en concepto de reserva de plaza o el equivalente, en caso de pago único, no está sujeta a devolución. El resto del importe de la matrícula podrá ser devuelto siempre que sea solicitado antes del 30 de Septiembre de 2018.

# Coordinación y dirección



**Arturo Marín**  
Head of Agencies in Amazon España

Director de Agencias de Amazon España desde diciembre de 2015 donde desarrolla la relación y estrategia con agencias de medios y creativas. Anteriormente 5 años en Facebook España como Industry Head de Tech/Telco, Auto y Media entre otros.

Más de 15 años en la industria de Internet donde ha pasado por posiciones en Havas Group como director de una de sus agencias, Director de medios en Peugeot España y posición de Chief Digital Officer de la unidad de prensa del Grupo Prisa.

Arturo Marín es Licenciado en ADE y Executive MBA por el IE Business School.

# Profesores



**Andrea Piñeiro Paz**  
**Programmatic Campaign Manager**  
**en Ve Interactive**

Especialista en el ámbito de la programática, Andrea Piñeiro ocupa actualmente el puesto de Programmatic Campaign Manager en Ve Interactive. A lo largo de su trayectoria profesional ha formado parte del equipo de Affiperf, Trading Desk de Havas Media Group, así como Videology, DSP de vídeo. Más tarde se unió al Grupo Godó (Publipress Media) para gestionar y vender el inventario programático del grupo.

En 2016 se incorporó a Ve Interactive España donde se encarga de la definición y gestión de campañas programáticas, evaluación de viabilidad y resultados de las mismas para alcanzar los objetivos del cliente.

En su faceta personal, le encantan los animales, la música y el deporte, especialmente el Baloncesto. Pero sobre todo le apasiona viajar y conocer nuevas personas, lugares y culturas.

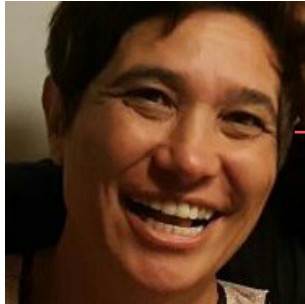


**Rafael Pérez**  
**CEO en Cristaliza**

Rafa Pérez, 39 años, CEO desde hace 14 de Cristaliza y trastornado por conocer y aprender más del ser humano. Ingeniero industrial de formación, pero cada vez más convencido de que las ciencias humanísticas tornean y moldean todo a nuestro alrededor. Enamorado de cómo la tecnología ayuda a comprender más lo sofisticado de la sociedad.



# Profesores



**Florence Juin**  
**CSO (Chief Sales Officer) en**  
**eMarketingSolutions**

Franco-española con casi 20 años de experiencia en España y 12 en el mundo digital. Fundadora de una tecnología (eMaS) dedicada a la medición de campañas online y consultora en tecnologías dedicadas al marketing online ayudando a agencias, anunciantes y soportes en la elección de soluciones DMP, modelos de atribución, BI, herramientas de Brand Safety.... Acostumbrada a estudiar el ecosistema del cliente y recomendar “ best practices” de medición y control de la publicidad, me rijo por los números.



**Israel Ruesga**  
**Director, Programmatic/Data & Revenue**  
**Partnerships en PRISA**

Sumergido en el mundo digital desde hace más de 10 años y enfocado en la compra programática durante los últimos 6 años, mi experiencia profesional ha estado ligada a diferentes medios de comunicación como Eleconomista.es, LaSexta.com, Público.es y el Grupo Prisa, así como en la parte tecnológica, trabajando en el DSP Holandés Platform 161, lo que me ha permitido liderar proyectos como el lanzamiento en España de Cadreon, el Trading Desk del grupo IPG Mediabrand.

Mi lema en este sector es: “Programmatic Rocks”.

# Profesores



**Javier Pagán**  
Senior Client Partner  
en Amazon España

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector publicitario tanto español como internacional. Su experiencia se ha desarrollado tanto en medios tradicionales, Grupo Vocento, La Sexta o Grupo Prisa donde dirigió el Departamento Internacional de publicidad Digital o fue Director Comercial de Diario AS, siendo el primer medio español en fusionar los departamentos comerciales on-off, como en medios nativos Digitales, donde ha sido Director global de Programática y Soluciones Publicitarias en Softonic o actualmente en Amazon como Head of Vertical Sales con responsabilidad comercial sobre distintas industrias.



**Remi Boulard**  
Head of Sales for Spain at AppNexus

Remi lidera el desarrollo de AppNexus en España, la compañía líder a nivel mundial de soluciones tecnológicas de publicidad para marketers y medios digitales.

Su principal objetivo es evangelizar y educar al mercado sobre la revolución programática. Remi cuenta con casi 15 años de experiencia en tecnología aplicada al marketing digital, ha colaborado con las principales empresas en el mercado español y europeo.

# Profesores



**Mónica Gómez Vázquez**  
**Head of Programmatic Media Buying**  
**Efecto Placebo**

Con una formación en Dirección y Marketing Digital, Creación de Empresas, comercio electrónico, tratamiento de imagen y páginas web he desarrollado mi carrera en la dirección de empresas y la gestión financiera.

Aunque siempre ligada a la publicidad en su modo más convencional (prensa+radio+televisión) puedo decir que soy un ejemplo de lo que significa reciclarse. Por eso, en 2012 fundé Placebo Media, empresa especializada en Compra Programática. Conociendo el modelo desde el lado de las agencias de medios me pareció el momento perfecto para mejorar la relación entre clientes y proveedores y sobre todo para aportar transparencia a un sector que en ocasiones algo “opaco”.

La joya en Compra Programática son los DSP, plataforma que automatizan la compra de publicidad digital. Tanto yo como mi equipo estamos formados en plataformas como Adexplora, o DBM de Google.

Si quieres saber más de mi puedes consultar mi currículum en LinkedIn.

# ¿Por qué nosotros?



## Innovación

Enseñanza actualizada, diseñada en base a las necesidades reales de las empresas para que puedas incorporarte al mundo laboral y/o progresar en él de forma óptima.



## Experiencia

Expertos en activo del sector digital con experiencia en proyectos nacionales e internacionales de webs, apps, campañas, social media, etc.



## Aplicabilidad

Temario práctico 100% con casos reales de reconocidas marcas, y aplicables a diferentes entornos profesionales. Así podrás crear casos de éxito basados en las best practices del entorno digital.



## Networking

Contacto constante con diferentes perfiles del mundo digital, creando redes sólidas entre profesores, ponentes y alumnos. ¡Tu futuro empieza aquí!

El Garaje  
Cristobal Bordiú nº13  
Madrid - 28003

---

