

PROFUNDIZANDO...  
**MOBILE**



Miércoles, 25 de junio de 2014



Después de 4 ediciones del Curso AIMC-AEDEMO “Medios Digitales”, y una de “Profundizando... Redes Sociales”, ha llegado el momento de...

**PROFUNDIZAR**

esta vez en

**MOBILE**

Planteamos una

**JORNADA DE UN DÍA COMPLETO**

en el que los propios representantes del sector son los que nos enseñan cómo funciona, se investiga y, en definitiva, profundiza, en este medio.

**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**   
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.

## **INTRODUCCIÓN AL MOBILE**

- Un nuevo marketing
- Un nuevo consumidor
- Nuevos negocios

## **LA MEDICIÓN MOBILE**

- Medición de audiencia Mobile
  - Entorno y medición actual
  - Preguntas a las que hay que responder: Retos de presente y futuro
- Analítica web aplicada a Mobile
  - La evolución de la analítica web
  - Medición Cross Device
  - Omnichannel

## **LA PUBLICIDAD EN MOBILE**

- Formatos publicidad
- Apps
- Publicidad Nativa
- Modelos de comercialización

## **LA PLANIFICACIÓN DEL MOBILE**

- La inversión publicitaria en el móvil
- Las marcas y su posicionamiento en el mundo móvil
- Tipologías de campaña (Display, Buscadores, Vídeo...)
- Compra programática
- Formatos publicitarios
- Cómo hacer una campaña móvil
- Medición

## **FUNCIÓN DE LA MOVILIDAD, SINERGIAS Y SOCIAL TV**

- De direct TV a VOD
- Second screen
- Social TV

## ANÁLISIS DE LA EFICACIA DEL MOBILE

- Efectividad en generación de tráfico a tiendas físicas
- Efectividad en generación de ventas online
- Efectividad en generación de notoriedad de marca

## EL ANUNCIANTE FRENTE AL MOBILE

- Plan de marketing de un anunciante
- Caso práctico

## Equipo

---

### Coordinación

Ana Gallardo. *Marketing Manager. Dpto. Medios (ODEC)*

Fernando Santiago. *Director Técnico (AIMC)*

### Grupo de trabajo

Fernando Carrión. *Head of Planning & Strategy Yahoo Iberia (YAHOO!)*

Felipe Romero. *CEO (THE COCKTAIL ANALYSIS)*

### Profesorado

Sixto Arias. *Presidente Mobile Marketing Association (MMA)*

David Rodríguez Pellitero. *Research Manager (comScore)*

Ander Jauregui. *Web Analytics Manager (THE COCKTAIL)*

Fernando Carrión. *Head of Planning & Strategy Yahoo Iberia (YAHOO!)*

Eduardo Vazquez Diaz. *Director de Desarrollo Digital (ARENA MEDIA)*

Ruben Vara. *Responsable Marketing y Audiencias Multimedia (ATRESMEDIA DIGITAL)*

Laura Ludeña. *Head of Market Insights Spain, Portugal, MENA y Turquía (GOOGLE)*

Anunciante pendiente de confirmar.

# Información

---

## Fechas y Horario

Miércoles, 25 de junio de 2014

De 9.30h. a 19.15h. (incluido almuerzo)

## Lugar de celebración

C/ Alberto Bosch, 13.

28014 MADRID

## Cuota de inscripción

Matrícula a satisfacer por participante:

- Socios AEDEMO o AIMC**            **200 € + 21% IVA**
- No Socios AEDEMO o AIMC**    **275 € + 21% IVA**

*Plazas limitadas.*

## Información e inscripciones

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

C/ Alberto Bosch, 13. 28014 Madrid

Tel. 91 330 07 19 · Fax. 91 420 39 52

[http: //www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)

e-mail: [aedemo@aedemo.es](mailto:aedemo@aedemo.es)