

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

e-mail: aedemo@aedemo.es