



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN MARKETING DIGITAL SIN COOKIES: ESTRATEGIAS DE DATOS Y PRIVACIDAD



FORMACIÓN PERMANENTE

WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el Curso de Marketing Digital sin Cookies: Estrategias de Datos y Privacidad de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que buscan adaptarse al nuevo paradigma publicitario donde la privacidad del usuario se sitúa en el centro de toda estrategia digital.

A lo largo del temario, abordarás desde los fundamentos del ecosistema publicitario y el marco regulatorio internacional hasta las soluciones más avanzadas del mercado: captación y activación de datos propios, publicidad contextual con inteligencia artificial, server-side tracking, resolución de identidad, data clean rooms y tecnologías de preservación de la privacidad. Además, profundizarás en modelos de medición y atribución adaptados al entorno sin cookies de terceros.

Con esta formación online, adquirirás las competencias necesarias para diseñar e implementar estrategias de marketing digital respetuosas con la normativa vigente y orientadas a resultados. Reforzarás tu perfil profesional con conocimientos altamente demandados, preparándote para liderar la transición hacia un modelo de marketing privacy-first en cualquier organización.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender el ecosistema publicitario digital, analizando el funcionamiento técnico de las cookies.
- ✓ Analizar el marco regulatorio de privacidad digital, identificando normativas y obligaciones principales.
- ✓ Identificar las causas del fin de las cookies de terceros, describiendo su impacto sectorial.
- ✓ Diseñar estrategias de captación de datos propios, aplicando metodologías de activación first-party.
- ✓ Dominar técnicas de publicidad contextual y tecnologías de privacidad, diferenciando sus aplicaciones prácticas.
- ✓ Implementar soluciones de server-side tracking y resolución de identidad, evaluando alternativas cookieless.
- ✓ Aplicar modelos de medición y atribución adaptados, utilizando data clean rooms y analítica avanzada.
- ✓ Desarrollar un plan estratégico de marketing privacy-first, integrando las competencias adquiridas.



1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL Y EL PAPEL DE LAS COOKIES EN EL ECOSISTEMA PUBLICITARIO

- 1.1. Evolución del marketing digital: de los orígenes de la publicidad en línea a la era de los datos
- 1.2. Tipología y funcionamiento técnico de las cookies en el entorno web
- 1.3. El ecosistema de la publicidad programática y el papel central de las cookies de terceros
- 1.4. Mecanismos de seguimiento y perfilado de usuarios en el marketing digital tradicional
- 1.5. Modelos de segmentación y personalización de la experiencia del usuario basados en cookies
- 1.6. Limitaciones y vulnerabilidades del modelo de marketing dependiente de cookies de terceros

2: MARCO REGULATORIO INTERNACIONAL DE PRIVACIDAD DIGITAL Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

- 2.1. Fundamentos jurídicos del derecho a la privacidad en el entorno digital contemporáneo
- 2.2. El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea
- 2.3. La Directiva ePrivacy y su evolución hacia el futuro Reglamento ePrivacy
- 2.4. Normativa estadounidense: CCPA, CPRA y el panorama legislativo estatal
- 2.5. Regulaciones de privacidad en otras jurisdicciones relevantes: LGPD de Brasil, PIPL de China y POPIA de Sudáfrica
- 2.6. Plataformas de gestión del consentimiento (CMP): requisitos técnicos y normativos de implementación
- 2.7. Consecuencias del incumplimiento: régimen sancionador, casos relevantes y lecciones aprendidas



3: EL FIN DE LAS COOKIES DE TERCEROS: CAUSAS, CRONOLOGÍA Y TRANSFORMACIÓN DEL ECOSISTEMA DIGITAL

- 3.1. Factores tecnológicos, regulatorios y sociales que impulsan la desaparición de las cookies de terceros
- 3.2. Decisiones de los principales navegadores web y su impacto en el rastreo publicitario
- 3.3. Cambios en los sistemas operativos móviles y su efecto en la publicidad digital
- 3.4. Consecuencias directas para anunciantes, publishers y plataformas tecnológicas del ecosistema
- 3.5. Nuevas expectativas de los consumidores respecto a la privacidad, la transparencia y el control de sus datos
- 3.6. Oportunidades estratégicas derivadas del nuevo paradigma cookieless para marcas y organizaciones

4: ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN, GESTIÓN Y ACTIVACIÓN DE DATOS PROPIOS (FIRST-PARTY DATA)

- 4.1. Definición, clasificación y valor estratégico de los datos propios en el marketing moderno
- 4.2. Metodologías de captación de datos propios a través de los puntos de contacto digitales
- 4.3. Infraestructura tecnológica para la gestión centralizada de datos propios
- 4.4. Activación de datos propios en campañas de marketing y publicidad digital
- 4.5. Gobierno de datos propios: calidad del dato, seguridad de la información y cumplimiento normativo
- 4.6. Estrategias de intercambio de datos second-party entre organizaciones con audiencias complementarias



5: PUBLICIDAD CONTEXTUAL AVANZADA Y ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN SIN IDENTIFICADORES PERSONALES

- 5.1. Resurgimiento y evolución de la publicidad contextual en la era post-cookies de terceros
- 5.2. Tecnologías de análisis contextual basadas en inteligencia artificial y procesamiento del lenguaje natural
- 5.3. Principales plataformas y proveedores de soluciones de segmentación contextual en el mercado
- 5.4. Segmentación basada en cohortes, intereses agregados y señales contextuales no individualizadas
- 5.5. Estrategias de segmentación geográfica y temporal sin dependencia de identificadores personales
- 5.6. Integración de la publicidad contextual en la planificación de medios omnicanal
- 5.7. Medición de la eficacia de las campañas contextuales frente a las campañas basadas en audiencias identificadas

6: TECNOLOGÍAS DE PRESERVACIÓN DE LA PRIVACIDAD APLICADAS AL MARKETING DIGITAL (PRIVACY-ENHANCING TECHNOLOGIES)

- 6.1. Panorama general de las Privacy-Enhancing Technologies (PETs) y su relevancia para el sector publicitario
- 6.2. Google Privacy Sandbox para la web: APIs principales y su aplicación práctica en marketing
- 6.3. Técnicas de anonimización y seudonimización de datos aplicadas a operaciones de marketing
- 6.4. Computación confidencial y procesamiento seguro de datos en entornos de nube
- 6.5. Aprendizaje federado: entrenamiento de modelos predictivos sin centralización de datos personales
- 6.6. Criterios de evaluación de madurez y selección de PETs según el caso de uso específico



7: SEGUIMIENTO DEL LADO DEL SERVIDOR (SERVER-SIDE TRACKING) Y GESTIÓN AVANZADA DE ETIQUETAS

- 7.1. Fundamentos y arquitectura del server-side tracking frente al modelo tradicional de client-side tracking
- 7.2. Implementación de server-side tagging con Google Tag Manager Server-Side
- 7.3. Soluciones alternativas de server-side tracking: Tealium, Segment, Stape y otros proveedores del mercado
- 7.4. Gestión del consentimiento del usuario en entornos de seguimiento del lado del servidor
- 7.5. Integración de APIs de conversiones de las principales plataformas publicitarias
- 7.6. Estrategias de deduplicación y reconciliación de datos entre el seguimiento de cliente y servidor

8: RESOLUCIÓN DE IDENTIDAD Y ALTERNATIVAS A LOS IDENTIFICADORES BASADOS EN COOKIES DE TERCEROS

- 8.1. El desafío de la identificación de usuarios en un entorno digital fragmentado y sin cookies de terceros
- 8.2. Soluciones de identidad determinísticas basadas en correo electrónico y datos autenticados
- 8.3. Soluciones de identidad probabilísticas y basadas en señales contextuales y de dispositivo
- 8.4. Gráficos de identidad (identity graphs): construcción, mantenimiento y aplicación en campañas cross-device
- 8.5. Estrategias de autenticación progresiva para incrementar las tasas de login sin friccionar la experiencia
- 8.6. Evaluación comparativa de soluciones de identidad: cobertura, precisión, cumplimiento normativo y escalabilidad



9: DATA CLEAN ROOMS Y MODELOS DE COLABORACIÓN DE DATOS ENTRE ORGANIZACIONES

- 9.1. Concepto, principios de funcionamiento y propuesta de valor de las data clean rooms para el marketing
- 9.2. Principales plataformas de data clean rooms disponibles en el mercado
- 9.3. Casos de uso prácticos de las data clean rooms en marketing y publicidad digital
- 9.4. Aspectos técnicos y de gobernanza en la implementación de data clean rooms
- 9.5. Limitaciones actuales, desafíos de adopción y buenas prácticas en la implementación de data clean rooms

10: MEDICIÓN, ATRIBUCIÓN Y ANALÍTICA DE RENDIMIENTO EN ENTORNOS SIN COOKIES DE TERCEROS

- 10.1. Impacto de la desaparición de las cookies de terceros en los modelos tradicionales de medición digital
- 10.2. Modelos de atribución adaptados al entorno cookieless y a la fragmentación de señales
- 10.3. Modelado de conversiones (conversion modeling) e inferencia estadística para datos incompletos
- 10.4. Marketing Mix Modeling (MMM) como herramienta de medición holística del impacto publicitario
- 10.5. Pruebas de incrementalidad y experimentación controlada para medir el impacto causal de las campañas
- 10.6. Diseño de dashboards y frameworks de reporting adaptados al nuevo ecosistema de medición
- 10.7. Estrategias de medición unificada: combinación de MMM, atribución multitoque e incrementalidad



11: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA E IMPLEMENTACIÓN ORGANIZACIONAL DEL MARKETING PRIVACY-FIRST

- 11.1. Diseño de una hoja de ruta para la transición hacia un modelo de marketing sin cookies de terceros
- 11.2. Auditoría y diagnóstico del stack tecnológico de marketing (martech audit) para identificar brechas
- 11.3. Construcción de una cultura organizacional orientada a la privacidad desde el diseño (privacy by design)
- 11.4. Gestión del cambio y comunicación interna durante el proceso de transición hacia el nuevo modelo
- 11.5. Casos de éxito y lecciones aprendidas de organizaciones que han liderado la transición cookieless
- 11.6. Tendencias emergentes y prospectiva del marketing digital respetuoso con la privacidad
- 11.7. Desarrollo de un plan estratégico integral de marketing privacy-first como proyecto profesional aplicado



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

