

PROGRAMA ACADÉMICO

Publicidad Digital

TEMA 1: ELEMENTOS CLAVE DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

Resultados del aprendizaje:

- ✓ Exponer los componentes del Mix de Comunicación Digital.
- ✓ Identificar las ventajas y desventajas de los diferentes canales de Publicidad Digital.
- ✓ Conocer los métodos de compra de publicidad digital.

Contenido:

- 1.1. El Ecosistema Digital: Inbound y Outbound Marketing.
- 1.2. Caracterización de la Publicidad Digital.
- 1.3. Relación entre Segmentación, Anuncio y Página de Destino.

TEMA 2: PUBLICIDAD EN LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

Resultados del aprendizaje:

- ✓ Analizar la importancia de los sentidos como modeladores del comportamiento del consumidor.
- ✓ Explicar el papel de los motores de búsqueda en el proceso de decisión de compra.
- ✓ Identificar las palabras clave más adecuadas para una campaña Search.
- ✓ Desarrollar anuncios de texto eficaces.

Contenido:

- 2.1. La importancia de los sentidos. Una visión desde la Programación Neurolingüística.
- 2.2. Como funciona un motor de búsqueda.
- 2.3. Las palabras-claves y los anuncios de texto.
- 2.4. Ranking y Métodos de Puja.

TEMA 3: PUBLICIDAD DISPLAY Y REMARKETING

Resultados del aprendizaje:

- ✓ Definir el papel de Display en una estrategia de Marketing Digital.
- ✓ Distinguir los diferentes tipos de publicidad Display.
- ✓ Conocer las variables de segmentación en plataformas RTB.

Contenido:

- 3.1. Tipos de Publicidad Display: Premium vs RTB.
- 3.2. Estrategias de Segmentación Display.
 - 3.2.1. La segmentación de Websites.
 - 3.2.2. La segmentación de Audiencias (Remarketing y más allá)
- 3.3. Formatos de Anuncios Display.
 - 3.3.1. Anuncios Responsivos.
 - 3.3.2. Anuncios Gráficos.
 - 3.3.3. Anuncios Nativos.

TEMA 4: PUBLICIDAD EN LAS REDES SOCIALES

Resultados del aprendizaje:

- ✓ Reconocer la importancia del Contenido en una estrategia de Marketing Digital.
- ✓ Identificar los canales sociales más adecuados a cada tipo de público.
- ✓ Dominar las variables de segmentación disponibles en las principales RRSS.

Contenido:

- 4.1. Redes Sociales y Marketing de Contenido.
- 4.2. Los objetivos de Tráfico y Engagement.
- 4.3. Estrategias de Segmentación en las Redes Sociales.
- 4.4. Formatos de Anuncios en Social Advertising.

TEMA 5: OPTIMIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS

Resultados del aprendizaje:

- ✓ Definir los KPIs adecuados de una campaña de Publicidad Digital.
- ✓ Evaluar el resultado de las campañas de Publicidad Digital.
- ✓ Conseguir optimizar los resultados de una Campaña Multicanal.

Contenido:

- 5.1. Análisis Crítico de información.
- 5.2. Definición de Objetivos y KPIs.
- 5.3. Optimización de Resultados.