

CÓDIGO
11B06C09**AUTOR**
Marta Hita**DURACIÓN ESTIMADA**
7 h**NIVEL DE FORMACIÓN**
Medio/Avanzado**Dirigido a**

Profesionales de cualquier sector quieran aprender o profundizar en el conocimiento de la planificación digital, poniendo especial énfasis en técnicos de marketing, media planner y marketing manager.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá los fundamentos del Display, abarcando aspectos como la publicidad digital y sus formatos, así como a diseñar tácticas de publicidad contextual.

COMPETENCIAS

1. Entender las características de la publicidad digital así como los tipos de formatos que la componen.
2. Comprender la contribución del Display a las campañas, así como su idoneidad y ubicación en el funnel de conversión.
3. Diseñar tácticas de publicidad contextual con segmentación temática para adecuar el contenido publicitario a la línea editorial del Publisher.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Asociar tácticas y formatos gráficos según objetivo y presupuesto.
2. Vincular de forma eficaz las campañas en el momento adecuado, dentro de la ruta de conversión.
3. Entender las ventajas de los formatos y seleccionarlos correctamente según proceda, así como trackear los resultados.

CONTENIDOS

Unidad 1. Formatos Gráficos.

1. ¿Qué es la publicidad Display?
2. Formatos de publicidad Display.
3. Red de Display De Google: GDN.

Unidad 2. Display Advertising.

1. Ventajas e inconvenientes de la publicidad Display.
2. Pequeños y grandes medios.
3. Consejos para negociar tus campañas de Display.
4. Contribución.

Unidad 3. Publicidad contextual.

1. Definición y consideraciones iniciales.
2. ¿Cómo funciona?
3. Características de la publicidad contextual.
4. Publicidad contextual e hipersegmentación.
5. Puntos débiles.
6. Publicidad contextual de Google.

