

SOCIAL MEDIA: FORMATOS PUBLICITARIOS DE DISPLAY ORIENTADOS A RESULTADOS



Área: Comercial y Marketing

Modalidad: Teleformación

Duración: 20 h

Precio: 140.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

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. Conocer los fundamentos de las campañas de Display a través de Facebook y su contribución a la estrategia de marketing. 4. Crear campañas de Display en Instagram para alcanzar los objetivos fijados en la estrategia de marketing. 5. Conocer en la tecnología de retargeting para identificar su idoneidad dentro de la estrategia de Display. 6. Diseñar campañas de compra programática y sistema de pujas de espacios publicitarios en tiempo real (RTB) para impactar a audiencias segmentadas. 7. Cómo crear una campaña de afiliación a través de medios digitales para garantizar conversiones. 8. Diseñar tácticas de publicidad contextual con segmentación temática para adecuar el contenido publicitario a la línea editorial del Publisher.

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. Facebook. 1.Facebook: red social y soporte publicitario. 2.Ventajas de utilizar Facebook como canal para tus campañas publicitarias. 3.Inconvenientes de este tipo de publicidad. 4.Idoneidad del canal. 5.Anuncios dinámicos. Unidad 4. Instagram. 1.Características de la publicidad en Instagram. 2.Aspectos tácticos para maximizar el rendimiento de la campaña. 3.Formatos más idóneos para pymes. Unidad 5. Retargeting. 1.Definición, actores que intervienen en el proceso y consideraciones operativas. 2.Factores a favor y en contra de este tipo de publicidad. 3.Idoneidad para pequeñas y medianas empresas. Unidad 6. Compra Programática y RTB. 1.Definición. 2.Elementos que intervienen. 3.Objetivos y métricas. 4.Real time Bidding. 5. Deficiencias de la compra programática. 6.Aspectos operativos de la compra programática. Unidad 7. Afiliación. 1. Elementos que forman parte de las campañas de afiliación. 2. Fases del proceso de afiliación. 3. Ventajas e inconvenientes del marketing de afiliación. Unidad 8. 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.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso

a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.

- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 8 o superior, Mozilla Firefox 52 o superior o Google Chrome 49 o superior. Todos ellos tienen que tener habilitadas las cookies y JavaScript.
- Resolución de pantalla de 1024x768 y 32 bits de color o superior.