

ONLINE
FORMACIÓN

Curso especializado online en
**PUBLICIDAD
DIGITAL
[CEOPD]**



Modularmente Genial

 **HESIC**
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

Transforming people

Aprende a emplear y aplicar los distintos modelos de comercialización publicitaria digital según los diferentes tipos publicitarios existentes (SEM, Display, Social Media Paid, Branded Content y Publicidad Nativa).

TEMÁTICA

Aprenderás a planificar, crear y generar campañas de publicidad digital

Dominarás todo tipo de aspectos relacionados con la Publicidad Digital: Display, Programática, Publicidad en Buscadores, Publicidad en Social Media...

Conocerás todos los aspectos estratégicos a tener en cuenta para abordar la creación de acciones publicitarias según objetivos propuestos (generación de tráfico, captura de Leads y conversiones...), la tecnología asociada y las herramientas a tu disposición

Contrasta los distintos formatos y tipologías publicitarias en función de sus objetivos o de un funnel de conversión

Interpreta cómo es el ecosistema actual de la compra y venta de medios basada en los datos y las pujas en tiempo real

MODALIDAD 100% ONLINE



(Duración 3 meses)

METODOLOGÍA

- ▶ **100% Networking:** Acompañamiento personalizado, tutorías periódicas.
- ▶ **Lifelong Learning:** disfruta de distintos workshops con profesionales en activo.
- ▶ Con nuestra Aula Virtual puedes acceder a los contenidos del curso 24 horas, 7 día a la semana.
- ▶ Desarrollo profesional con compañeros de los 5 continentes, opciones internacionales y contacto directo con otros mercados.

PERFILES PARA LOS QUE TE PREPARA EL CEOPD

- ▶ Profesionales del marketing, comunicación, publicidad y/o venta
- ▶ Responsables de Ventas
- ▶ Responsables de Comunicación
- ▶ Responsables de Marketing
- ▶ Profesionales de Agencias
- ▶ Empresarios y directivos de PYMES

PROGRAMA

1. Evolución de la Publicidad

- ▶ El consumidor en el centro de la estrategia
- ▶ Buyer Persona y Digital Customer Journey
- ▶ Comercialización publicidad on line
- ▶ Tendencias en el sector publicitario
- ▶ Principales actores en el ecosistema publicitario
- ▶ Adservers: Funcionalidades y tipos
- ▶ Principales métricas de seguimiento campañas
- ▶ Aspectos jurídicos y legales

2. Estrategia y planificación publicitaria

- ▶ Tipologías de investigación en offline hacia el online. Visión, diferencias y usos
- ▶ Modelos estratégicos de publicidad digital
- ▶ Planificación, plan de comunicación y publicidad
- ▶ Fuentes de información (Comscore; OJD; Analytics...)
- ▶ Modelos de atribución
- ▶ Contratación de medios digitales (POES)
- ▶ Modelos de comercialización (CPM, CPC, CPL y CPA...)

3. Creatividades y persuasión de clientes

- ▶ Cómo comunicar en un banner. Rich media, video y animación
- ▶ Formatos display
- ▶ Establecimiento de KPI's y métricas
- ▶ Gestión y distribución de contenidos
- ▶ Gestión del video, UGC y el uso del canal. Video original
- ▶ El cambio de la TV analógica a la digital. Radio Digital
- ▶ Branded Content y Publicidad Nativa como conceptos publicitarios
- ▶ Patrocinio, cobranded y modelos publicitarios

4. Display y RTB

- ▶ Display advertising
- ▶ Segmentación de audiencias

- ▶ Medios, formatos y soportes.
- ▶ Adservers y tecnología al servicio del Display (GDN)
- ▶ Los elementos del journey (RTB, LP...)
- ▶ Display Video instream – outstream
- ▶ Display en mobile
- ▶ Medición de campañas

5. Data en Publicidad

- ▶ El nuevo ecosistema de medios y la importancia de los Datos
- ▶ Contextual Data vs. Prospecting Data
- ▶ 1st, 2nd & 3rd party data
- ▶ Gestión del 1st (Cookies y cookie less world)
- ▶ Las plataformas de gestión de datos (DMP)
- ▶ Papel del DMP dentro del ecosistema MarTech (Principales funcionalidades del DMP)
- ▶ Plan de proyecto para la implantación y explotación del DMP

6. Publicidad Programática

- ▶ Ecosistema programático buy side & sell side
- ▶ Modelos de compra programática: Programmatic direct / RTB
- ▶ Yield management y modelos de venta programática: header bidding / Waterfall, etc
- ▶ Formatos y canales programáticos para acciones de Branding y de Performance
- ▶ Tipologías de activación y targeting en programmatic
- ▶ Audience targeting: DMPs y generación de audiencias
- ▶ Personalización: DCOs y optimización creativa en programmatic
- ▶ Brand Safety / Viewability / Fraude: herramientas de verificación
- ▶ Tracking y medición programática: Cross Device / Modelos de atribución y contribución / Adserving

7. Search Engine Marketing (SEM): planificación y ejecución de campañas SEM

- ▶ Marketing de Buscadores PPC: Herramientas, Métodos y Conceptos
- ▶ Sinergias, canibalización y balanceo de inversión en SEO vs SEM
- ▶ Papel y análisis interno y externo para la identificación de Keywords
- ▶ Keywords "Short Tail" genéricos con volumen alto vs. Keywords "Long Tail"
- ▶ Proyectar y presupuestar el coste permitido de nuestra campaña: alinear tráfico proyectado con costes
- ▶ Subastas de Keywords: cómo optimizar nuestra inversión en pujas: conversión de tráfico a tráfico cualificado

- ▶ Estrategias y tácticas para optimizar las landing pages
- ▶ Métricas de Tráfico y Conversión
- ▶ Gestión de Proyectos SEM

8. Google Adwords vs Adwords Editor: Diferencias entre Interfaces e Implementación de Campañas

- ▶ Diferencias entre la interfaz de adwords y Adwords Editor
- ▶ Creación de campañas, grupos de anuncios, keywords, landings y realización de modificaciones en la interfaz de adwords
- ▶ La interfaz de adwords

9. Publicidad en Social Media

- ▶ Contexto Social Media
- ▶ Gestión del admanager y analítica propia de cada red
- ▶ Facebook: promociones y publicidad
- ▶ Twitter: formatos publicitarios y generación de followers, amplificación, integración con e-commerce
- ▶ Redes Visuales: Instagram
- ▶ Youtube – Campañas de Publicidad

10. Inbound Marketing en publicidad

- ▶ Ciclo de compra y metodología Inbound
- ▶ Captación de tráfico
- ▶ Optimización y activos digitales (web, Blog, onpage...)
- ▶ Difusión de contenidos y orientación conversión
- ▶ Lead scoring y nurturing
- ▶ Analítica y KPIs de Inbound Marketing

11. E.mail Marketing y Landing Page

- ▶ Qué y cuando email Marketing
- ▶ Permission Marketing
- ▶ Estructura de un e-mail según objetivos
- ▶ Bases de Datos y la gestión del SPAM
- ▶ La relevancia de la Landing Page
- ▶ Optimización Landing Page
- ▶ Herramientas email Marketing
- ▶ Análisis y resultados (relevancia en el CRO)

12. Campañas de Publicidad e.com

- ▶ Trabajo sobre embudos de conversión
- ▶ Campañas de publicidad en Market places
- ▶ Gestión de campañas multicanal orientadas a la venta de un producto
- ▶ Cómo hacer un ecommerce rentable
- ▶ Cómo comunicar mi ecommerce en el entorno digital

*Curso sujeto a posibles cambios.