

CURSO ESPECIALIZADO
ONLINE EN
**PUBLICIDAD
DIGITAL**
[CEOPD]



Curso Especializado Online en PUBLICIDAD DIGITAL

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).

Formato	Online
Idioma	Español
Duración	12 semanas
Proyecto final tutorizado	
Examen final	

COMPETENCIAS

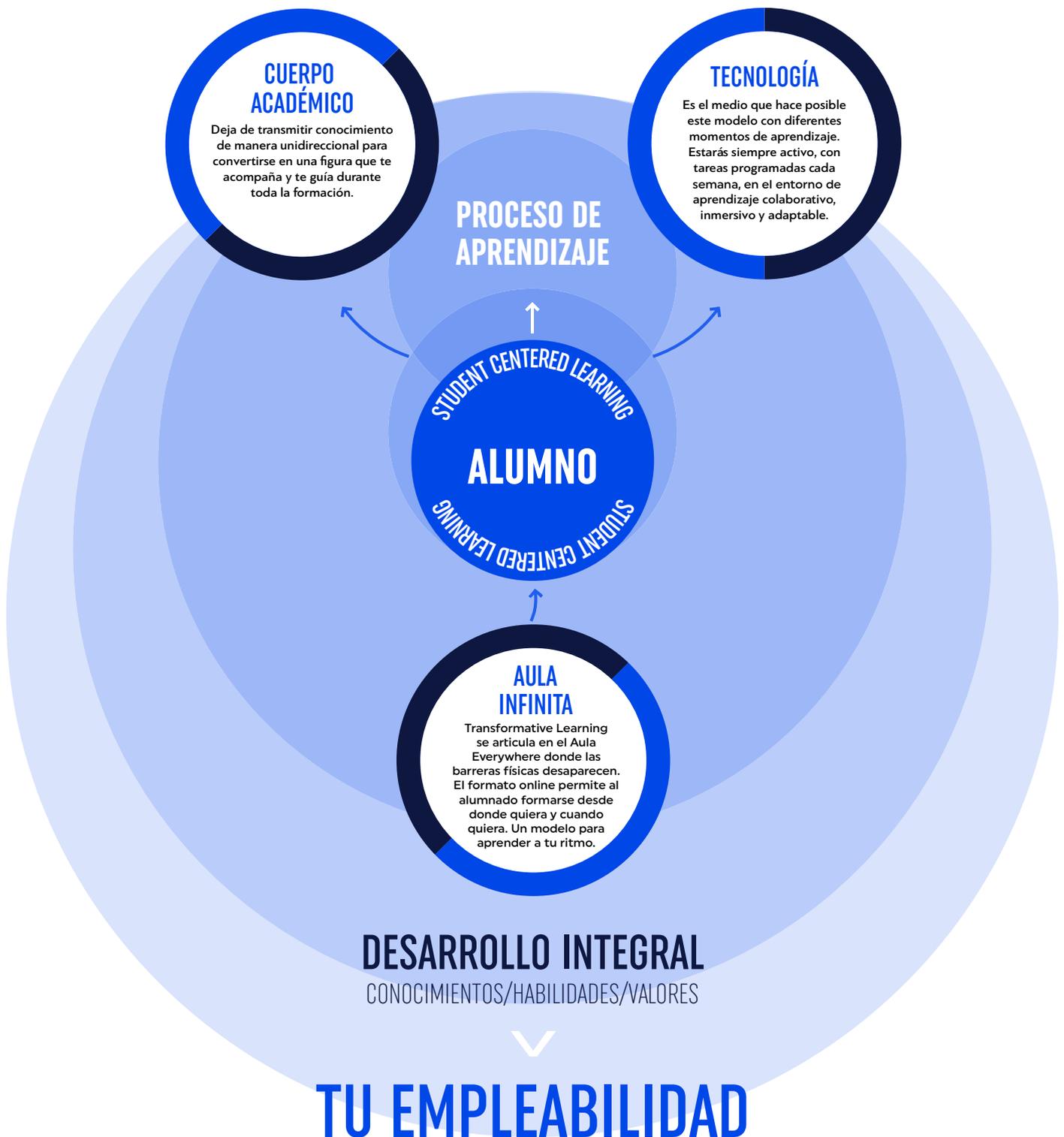
- Aprenderás a planificar, crear y generar campañas de publicidad digital.
- Dominarás todo tipo de aspectos relacionados con la Publicidad Digital: Display, Programática, Publicidad en Buscadores, Publicidad en Social Media...
- Conocerás todos los aspectos estratégicos a tener en cuenta para abordar 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.

PERFIL DE SALIDA

- › 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.



TRANSFORMATIVE LEARNING



METODOLOGÍA

Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?

-  **Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.**
 - Documentación
 - Programa completo.
 - Asignación de temas y clases por semana.
 - Documentación elaborada por profesionales del sector.
 - Bibliografía y links de interés.
 - Documentación en Easy Generator
 - Contenidos ONLINE.
 - Descargables en PDF.
 - Indicador y marcador de progreso.
-  **Autoevaluación**

Al final de cada tema hay un test de autoevaluación para asegurarte que aprendes lo previsto.
-  **Aplicación de casos de estudios y empresas reales**
-  **Apoyo tutorizado y feedback**

4 tutorías en directo, una tutoría cada mes, con una de ellas al inicio con la explicación del curso.
-  **Actividades prácticas y experienciales**
-  **Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales**
-  **Proyecto final y examen final para la obtención del título**
-  **Sesiones online sincronicas y asincronicas**
 - Se recomienda asistir a todos los webinars e interactuar con el profesor y los compañeros.
 - Los webinars son sesiones online de una hora aprox. impartidas por un profesional, miembro del consejo de expertos del curso. Estas sesiones tratarán sobre temas o materias relevantes, pudiendo el alumno interactuar con el ponente en tiempo real.
 - Las sesiones serán grabadas y podrás encontrarlos en el aula virtual después de su impartición.
 - Horario habitual entre las 19:00h. y las 21:00h. (hora España).
 - Las fechas y horarios puedes encontrarlas disponibles en el aula virtual desde el 1er día de inicio del curso.
 - En total son 10 webinars durante el curso.

PROGRAMA

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.

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, ...).

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.

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

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 DMPI.

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.

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.

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.

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

- > 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.

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.

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.

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).

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.

CLAUSTRO DE PROFESORES

Alejandro López-Rioboo

Digital Executive Director
Antípodes

Asier Rebollo

Socio Director Ejecutivo
Your Concept Group

José Manuel Piedrafita

Performance Marketing Manager
Acierto.com

Marcos Antonio García

Advisor y miembro del Consejo
Advisors en Ufounders
Director Ejecutivo y socio fundador
Gestazion.com

Óscar Bilbao

Director creativo
Herederos de Rowan





MADRID

91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

BARCELONA

93 414 44 44

info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA

97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA

95 202 03 69

info.malaga@esic.edu

PAMPLONA

94 829 01 55

info.pamplona@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

GRANADA

95 822 29 14

master@esgerencia.com

OCTUBRE 2021