

Modalidad: curso e-Learning Duración: 7 horas

Categorías: Comercio y marketing

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. Diseñar tácticas de publicidad contextual con segmentación temática para adecuar el contenido publicitario a la línea editorial del Publisher.

CONTENIDOS

Unidad 1. Tipos de formatos de Display y GDN. 1. ¿Qué es la publicidad Display? 2. Formatos de publicidad Display. 3. Red de Display De Google: GDN. Unidad 2. Ventajas, adecuación a objetivos y ubicación. 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. Formatos gráficos de publicidad contextual en soporte de terceros. 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.

