

# PUBLICIDAD EN INTERNET



## PRESENTACIÓN

¿Qué es la publicidad digital? ¿Cómo conseguir un buen posicionamiento en buscadores? ¿Cómo podemos aprovechar las ventajas de la publicidad digital? ¿Qué diferencias hay entre el marketing tradicional y el marketing digital? ¿Cómo plantear una campaña de marketing digital? ¿Campañas de comunicación on line? ¿Cómo utilizar el marketing en buscadores?

## OBJETIVOS

- Conocer las ventajas que ofrece el Marketing on-line con respecto al Marketing tradicional.
- Evaluar la adecuación de los distintos formatos publicitarios online para la consecución de los objetivos de comunicación fijados por la empresa y establecer un plan de soportes que optimice el grado de impacto y recuerdo de la campaña de comunicación.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### 1. La publicidad tradicional y la publicidad online

- 1.1. Internet como soporte publicitario
- 1.2. Publicidad online vs. tradicional
- 1.3. Recomendaciones. Autorregulación.
- 1.4. Tipos de publicidad
- 1.5. La publicidad y promoción
  - 1.5.1. La publicidad
  - 1.5.2. La promoción
- 1.6. Públicos objetivos
  - 1.6.1. Análisis del público objetivo

### 2. Estrategias publicitarias en Internet

- 2.1. Email Marketing
  - 2.1.1. El e-mail marketing dentro de la estrategia de marketing online.
  - 2.1.2. Ventajas y desventajas del e-mail marketing
- 2.2. Posicionamiento en Buscadores
  - 2.2.1. Buscadores
  - 2.2.2. SEO
  - 2.2.3. Relevancia de los resultados
- 2.3. Anuncios en medios y portales online
- 2.4. Google Adwords



- 2.4.1. Introducción
- 2.4.2. Registrarse en Google Adwords

### **3. Planificación de la campaña publicitaria online**

- 3.1. Campaña de Comunicación Integral
- 3.2. Pasos para realizar una campaña
  - 3.2.1. Fijación de objetivos
  - 3.2.2. Briefing
  - 3.2.3. Elaboración del mensaje
  - 3.2.4. Realización de elementos publicitarios finales
  - 3.2.5. Elaboración del plan de medios
  - 3.2.6. Adecuación del mensaje al medio
  - 3.2.7. Coordinación de la campaña
  - 3.2.8. Puesta en marcha
  - 3.2.9. Sistemas de control y seguimiento
- 3.3. Briefing online
- 3.4. Características de la comunicación online
- 3.5. La comunicación comercial
  - 3.5.1. Funcionamiento de la comunicación
  - 3.5.2. El mix de comunicación
- 3.6. La regla de las 4 F
- 3.7. La velocidad de reacción. El Marketing Directo.
- 3.8. Planificación de una campaña de e-mail marketing

### **4. Planificación de los medios publicitarios online**

- 4.1. ¿Qué es la planificación de medios?
- 4.2. El plan de medios online
- 4.3. Toma de decisiones
- 4.4. Cómo planificar la estrategia de medios online
- 4.5. ¿Cuándo triunfa una campaña online?

### **5. Medios, soportes y formatos publicitarios online**

- 5.1. Formatos integrados
- 5.2. Formatos flotantes
- 5.3. Vídeo banner, Ciberspots o Spots Online
- 5.4. Acciones especiales o a medida
- 5.5. Permission marketing
- 5.6. Advertoriales
- 5.7. Otras formas de publicidad y promoción



## **6. Evaluación de la eficacia publicitaria. Modelos de contratación de publicidad online**

- 6.1. Tarifas y Modos de contratación de publicidad en Internet
- 6.2. Factores que mejoran el éxito de los banners
- 6.3. Datos de inversión y eficacia publicitaria
- 6.4. Tendencias de la publicidad online
- 6.5. Análisis de las estadísticas de acceso
  - 6.5.1. Tipos de aplicaciones de análisis

## **7. La Web**

- 7.1 Las cookies
- 7.2 Posicionamiento natural en buscadores
  - 7.2.1 Elección de palabras claves
  - 7.2.2 ¿Dónde utilizar las palabras clave en nuestra web?
- 7.3 Publicidad en nuestra web. Adsense.

## **METODOLOGÍA**

La metodología a utilizar en esta acción formativa es activa. En todo momento el alumnado será participe de su propio proceso formativo, en el cual combinará la enseñanza on-line individual con la asistencia técnica de su tutor especializado.

## **CALENDARIO**

La dedicación estimada para este curso es de 15 horas online, aproximadamente 3 semanas.

## **EVALUACIÓN Y DOCUMENTACIÓN**

El curso está compuesto por uno o varios módulos, al final de cada uno de ellos hay un examen final, se pueden realizar un máximo de tres intentos por examen, figurando como nota final la calificación más alta.

## **TUTORÍAS Y SEGUIMIENTOS**

La acción formativa será supervisada por un tutor especializado en los contenidos del curso. El tutor realizará un seguimiento personalizado del alumno comprobando su evolución. Mediante el correo electrónico y otras herramientas de comunicación el tutor resolverá las dudas planteadas y motivará al alumno para seguir un ritmo adecuado al calendario del curso.





### **CERTIFICACIÓN Y DIPLOMA DEL CURSO**

Al ser mayoritariamente formación bonificada o de demanda, la Fundación Tripartita emitirá un certificado de aprovechamiento del curso, siempre y cuando se superen el 75% de las horas del curso que se controlará a través de los tiempos de conexión a la plataforma.

### **MATRICULACIÓN**

El curso se imparte vía Internet, a través del centro de formación Novo Informo.

El proceso de matriculación deberá efectuarse a través de la secretaría del centro de formación Novo Informo S.L.

Secretaría Novo Informo S.L.  
Calle Cristo del mar, 1 1º  
12580 Benicarló (Castellón)  
Tel: 964 46 71 71 / 964 46 18 19  
secretaria@novoinformo.es

