

Fundamentos y origen del display. Publicidad contextual

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.