

FUNDAMENTOS DE DISPLAY EN PLANIFICACIÓN DIGITAL DE MEDIOS**CÓDIGO**
11B06C03**AUTOR**
Marta Hita**DURACIÓN ESTIMADA**
5 h**NIVEL DE FORMACIÓN**
Medio/Avanzado**Dirigido a**

Profesionales de cualquier sector quieran aprender o profundizar en el conocimiento de la planificación digital, poniendo especial énfasis en técnicos de marketing, media planner y marketing manager.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá los fundamentos del Display, abarcando aspectos como la publicidad digital y sus formatos.

COMPETENCIAS

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.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Asociar tácticas y formatos gráficos según objetivo y presupuesto.
2. Vincular de forma eficaz las campañas en el momento adecuado, dentro de la ruta de conversión.

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.