

# TEMARIO DEL CURSO PLANIFICACIÓN WEB

## 1. Introducción

- Inversión actual en display en España.
- Formatos más importantes y tendencias.
- Agencias interactivas y medios.
- Estructura de soportes y medios más importantes.

## 2. Proveedores de tecnología

- Display.
- Analítica web.
- Behavioral.

## 3. Planificación web convencional

- Formatos más efectivos.
- Valoración precios de compra (CPM).
- ¿Cómo valorar las ventas y registros con este tipo de publicidad?
- Casos de éxito: aerolíneas, aseguradores, empresas de hosting, e-commerce, etc.

## 4. Planificación web en vídeo

- Diferencias con la planificación convencional.
- Herramientas que se utilizan.
- ¿Cuándo hemos de usarla? Casos de éxito.

## 5. Planificación E-mailing

- ¿Cómo se utiliza y en qué momento tienes que hacerlo?
- Principales proveedores.
- Qué herramientas podemos utilizar para hacerlo.
- Casos de éxito.

## **6. Behavioral targeting (marketing por comportamiento)**

- ¿De qué se trata?
- Principales proveedores.
- ¿Cuándo utilizarla o no?
- Casos de éxito.

## **7. Afiliación**

- Principales proveedores.
- ¿Qué tipo de cliente lo utilizan y por qué?
- Casos de éxito.

## **8. Campañas virales 2.0**

- ¿Necesitas una campaña viral? ¿Tiene probabilidades de éxito? Verdades y mentiras del 2.0.
- Casos de éxito: Fox, Pepsi, Easyjet, Burguer King.

## **9. Campañas en móviles**

- Casos de éxito.
- Qué ratios existen con estos formatos.
- Costes. CPM, CPC, CPL, coste por descarga.