



Publicidad, marketing relacional y conversación

Objetivos

□ Objetivo General

- En este curso se profundiza en la publicidad en Internet, es decir, en su contextualización y en los distintos tipos de publicidad online existentes, en concreto todos los formatos que permiten desarrollar publicidad contextual. Además, se estudia el concepto de CRM, su evolución y como le afecta la llegada de la web 2.0.

Contenidos

35 HORAS	Publicidad, marketing relacional y conversación
	Módulo 1
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 1. La publicidad en internet en la era del banner <ul style="list-style-type: none"> • Auge y caída de la burbuja.com • Después del banner: publicidad en social media
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 2. Un método publicitario para cada campaña I <ul style="list-style-type: none"> • Introducción y publicidad display • Banners y ventanas emergentes (Pop up - Pop under) • El envío directo de correos electrónicos • Publicidad multimedia y Microsites publicitarios
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 3. Un método publicitario para cada campaña II <ul style="list-style-type: none"> • La publicidad contextual • Publicidad en buscadores y SEO • Publicidad en blogs y RSS • Publicidad display y en redes sociales • Publicidad geolocalizada y la publicidad según el hardware
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 4. La revolución del marketing relacional: el CRM 2.0 <ul style="list-style-type: none"> • La publicidad contextual • Publicidad en buscadores y SEO
35 horas	1 Módulo y 4 unidades