

Publicidad, marketing relacional y conversación

Objetivos

- **Objetivo general**
 - Analizar estrategias y formatos de publicidad digital para diseñar campañas efectivas en distintos entornos online.

Contenidos

Publicidad, marketing relacional y conversación	Tiempo estimado
Unidad 1: La publicidad en internet en la era del banner. • Auge y caída de la burbuja.com. • Después del banner: publicidad en social media.	5.30 horas
Examen UA 01	30 minutos
Tiempo total de la unidad	5.30 horas
Unidad 2: Un método publicitario para cada campaña I. • Introducción y publicidad display. • Banners y ventanas emergentes (Pop up - Pop under). • El envío directo de correos electrónicos. • Publicidad multimedia y Microsites publicitarios.	10.30 horas
Examen UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	10.30 horas
Unidad 3: Un método publicitario para cada campaña II. • 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.	13 horas
Examen UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	13 horas

Unidad 4: La revolución del marketing relacional: el CRM 2.0. • ¿Qué es el CRM? • CRM 2.0 o social CRM.	5.30 horas
Examen UA 04	30 minutos
Tiempo total de la unidad	5.30 horas
Examen final / Evaluación final	30 minutos
4 unidades	35 horas