

# PUBLICIDAD EN INTERNET

## OBJETIVOS

- Conocer las ventajas que ofrece el Marketing on-line con respecto al Marketing tradicional.
- Evaluar la adecuación de los distintos formatos publicitarios online para la consecución de los objetivos de comunicación fijados por la empresa y establecer un plan de soportes que optimice el grado de impacto y recuerdo de la campaña de comunicación.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### 1. La publicidad tradicional y la publicidad online

- 1.1. Internet como soporte publicitario
- 1.2. Publicidad online vs. tradicional
- 1.3. Recomendaciones. Autorregulación.
- 1.4. Tipos de publicidad
- 1.5. La publicidad y promoción
  - 1.5.1. La publicidad
  - 1.5.2. La promoción
- 1.6. Públicos objetivos
  - 1.6.1. Análisis del público objetivo

### 2. Estrategias publicitarias en Internet

- 2.1. Email Marketing
  - 2.1.1. El e-mail marketing dentro de la estrategia de marketing online.
  - 2.1.2. Ventajas y desventajas del e-mail marketing
- 2.2. Posicionamiento en Buscadores
  - 2.2.1. Buscadores
  - 2.2.2. SEO
  - 2.2.3. Relevancia de los resultados
- 2.3. Anuncios en medios y portales online
- 2.4. Google Adwords
  - 2.4.1. Introducción
  - 2.4.2. Registrarse en Google Adwords

### 3. Planificación de la campaña publicitaria online

- 3.1. Campaña de Comunicación Integral
- 3.2. Pasos para realizar una campaña
  - 3.2.1. Fijación de objetivos
  - 3.2.2. Briefing
  - 3.2.3. Elaboración del mensaje
  - 3.2.4. Realización de elementos publicitarios finales
  - 3.2.5. Elaboración del plan de medios
  - 3.2.6. Adecuación del mensaje al medio
  - 3.2.7. Coordinación de la campaña

- 3.2.8. Puesta en marcha
- 3.2.9. Sistemas de control y seguimiento
- 3.3. Briefing online
- 3.4. Características de la comunicación online
- 3.5. La comunicación comercial
  - 3.5.1. Funcionamiento de la comunicación
  - 3.5.2. El mix de comunicación
- 3.6. La regla de las 4 F
- 3.7. La velocidad de reacción. El Marketing Directo.
- 3.8. Planificación de una campaña de e-mail marketing

#### **4. Planificación de los medios publicitarios online**

- 4.1. ¿Qué es la planificación de medios?
- 4.2. El plan de medios online
- 4.3. Toma de decisiones
- 4.4. Cómo planificar la estrategia de medios online
- 4.5. ¿Cuándo triunfa una campaña online?

#### **5. Medios, soportes y formatos publicitarios online**

- 5.1. Formatos integrados
- 5.2. Formatos flotantes
- 5.3. Vídeo banner, Ciberspots o Spots Online
- 5.4. Acciones especiales o a medida
- 5.5. Permission marketing
- 5.6. Advertoriales
- 5.7. Otras formas de publicidad y promoción

#### **6. Evaluación de la eficacia publicitaria. Modelos de contratación de publicidad online**

- 6.1. Tarifas y Modos de contratación de publicidad en Internet
- 6.2. Factores que mejoran el éxito de los banners
- 6.3. Datos de inversión y eficacia publicitaria
- 6.4. Tendencias de la publicidad online
- 6.5. Análisis de las estadísticas de acceso
  - 6.5.1. Tipos de aplicaciones de análisis

#### **7. La Web**

- 7.1. Las cookies
- 7.2. Posicionamiento natural en buscadores
  - 7.2.1. Elección de palabras claves
  - 7.2.2. ¿Dónde utilizar las palabras clave en nuestra web?
- 7.3. Publicidad en nuestra web. Adsense.