

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: Orientación a Resultados del Performance Marketing

Duración: 30h

Modalidad: Online

Objetivo

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá a planificar una estrategia de marketing online, abarcando aspectos como la determinación de los objetivos, la métrica de los resultados de la campaña, la creación del panel de control, conocerá la tecnología retargeting y su influencia en el Display, así como aprender a crear campañas de afiliación y llevará a cabo el diseño de tácticas de publicidad contextual.

Contenido

Unidad 1 - Tipos de objetivos.

1. Tipos de objetivos de tu plan y campañas de marketing.

Unidad 2 - KPI's.

1. Métricas.
2. KPI's
3. Modelos de pago.

Unidad 3 - Cuadros de mando y modelos de atribución.

1. Cuadro de mando.
2. Deficiencias de los cuadros de mando.
3. Modelos de atribución.

Unidad 4 - Criteo, Sociomantic, remarketing a través de Google.

1. Definición, actores que intervienen en el proceso y consideraciones operativas.
2. Factores a favor y en contra de este tipo de publicidad.
3. Idoneidad para pequeñas y medianas empresas.

Unidad 5 - AdServers, AdTrackers, Tags, frecuencia de impactos.

1. Definición.
2. Elementos que intervienen.
3. Objetivos y métricas.
4. Real time Bidding.
5. Deficiencias de la compra programática.
6. Aspectos operativos de la compra programática.

Unidad 6 - Redes de afiliación, marketplaces, tracking, el problema de los márgenes de beneficio en la negociación.

1. Elementos que forman parte de las campañas de afiliación.
2. Fases del proceso de afiliación.

3. Ventajas e inconvenientes del marketing de afiliación.

Unidad 7 - Formatos gráficos de publicidad contextual en soporte de terceros.

1. Definición y consideraciones iniciales.
2. ¿Cómo funciona?
3. Características de la publicidad contextual.
4. Publicidad contextual e hipersegmentación.
5. Puntos débiles.
6. Publicidad contextual de Google.