

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: Performance en Social Media

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 y métrica de los resultados de la campaña, la creación del panel de control, los fundamentos del Display, así como la publicidad digital y sus formatos, además conocerá la tecnología retargeting y su influencia en el Display.

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 - Business Manager: tipos de campañas, contribución a objetivos, ventajas e inconvenientes.

1. Facebook: red social y soporte publicitario.
2. Ventajas de utilizar Facebook como canal para tus campañas publicitarias.
3. Inconvenientes de este tipo de publicidad.
4. Idoneidad del canal.
5. Anuncios dinámicos.

Unidad 5 - Creación de campañas publicitarias en Instagram a través de Business Manager.

1. Características de la publicidad en Instagram.
2. Aspectos tácticos para maximizar el rendimiento de la campaña.
3. Formatos más idóneos para pymes.

Unidad 6 - 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.