

[https://atuprivada.dffdi.net/wp-content/uploads/2021/07/rogetpo\\_azul\\_oscuero.png](https://atuprivada.dffdi.net/wp-content/uploads/2021/07/rogetpo_azul_oscuero.png)



# Planificación digital de medios y performace

## DURACIÓN DEL CURSO

35 horas

## SECTORES

Marketing Digital

## PRECIO DEL CURSO

**262.50€**

## MODALIDAD

Online

**HASTA 100% BONIFICABLE**

## DÓNDE

Toda España

## CURSO

1. Cómo establecer objetivos para orientar a resultados campañas digitales de marketing.2. Cómo fijar métricas clave para orientar a resultados campañas de marketing online.3. Cómo crear un panel de control para evitar desviaciones en las estimaciones y resultados de las campañas.4. Entender las características de la publicidad digital así como los tipos de formatos que la

## TEMARIO

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. Tipos de formatos de Display y GDN.

1. ¿Qué es la publicidad Display?
2. Formatos de publicidad Display.
3. Red de Display De Google: GDN.

Unidad 5. Ventajas, adecuación a objetivos y ubicación.

1. Ventajas e inconvenientes de la publicidad Display.
2. Pequeños y grandes medios.
3. Consejos para negociar tus campañas de Display.
4. Contribución.

Unidad 6. Business Manager: tipos de campañas, contribución a objetivos, ventajas e inconvenientes.