

Internet como Soporte Publicitario: Contenidos y Calidad 2.0

Este curso forma al alumno en la comunicación, como un elemento de las acciones publicitarias, se estudian los Instrumentos y las distintas características del mundo publicitario.

Así como también se muestran las diferentes maneras existentes en el mundo online para lograr la emisión de un mensaje correcto y llamativo.

Además el alumno será capaz de afrontar el desarrollo de la comunicación publicitaria en los medios online destinado a la sociedad de consumo, logrando un mensaje exitoso y rico en contenido.

MODALIDAD: Curso online autoasistido. A través de nuestro campus virtual acNOVA. Material en Audio, video y documentación disponible 24 hs al día. Descarga de Documentos, lecciones, ejercicios, foros temáticos, red social con la comunidad para interactuar con alumnos y especialistas. Videoconferencias programadas a partir de abril, para todos los alumnos, no importa cuándo realizaste el curso.

CERTIFICACIÓN: Fundesco brinda una constancia de tu participación en el curso.

DESCRIPCIÓN:

Uso de Internet como soporte publicitario

Comunicación como un elemento de las acciones publicitarias. Instrumentos y características del mundo publicitario.

Brinda herramientas para lograr un buen impacto y relación con la audiencia. Elaborar un mensaje correcto y llamativo para las distintas plataformas online.

OBJETIVOS

Brindar a los participantes las herramientas necesarias para que pueda lograr un buen impacto y relación con su audiencia. A fin de poder elaborar un mensaje correcto y llamativo para las distintas plataformas online de Publicidad

CONTENIDO

MODULO 1 Clase 1: "Internet como soporte publicitario"

1. Nueva línea de pensamiento.
2. Publicidad Online VS Publicidad tradicional.
 - Diferencias.
 - Conclusión
 - Estrategias publicitarias. Estrategia Push y Estrategia Pull.
3. Autoevaluación.

MODULO 1 - Clase 2 - Posibilidades multimedia

1. Posibilidades multimedia.
2. Publicidad Tradicional.
 - TV. Ejemplos
 - Video. Ejemplos
 - Radio. Ejemplos
 - Revistas. Ejemplos
3. Publicidad Online. Características. Nuevo pensamiento.
4. Ventajas y desventajas. Ejemplos y casos publicitarios reales.
5. Autoevaluación.

MODULO 1 - Clase 3 - Esquema de funcionamiento

1. Esquemas de funcionamiento.

2. Etapas de la comunicación publicitaria.

- Pasos para el armado del plan de comunicación publicitaria.
- Diseño de la comunicación.

3. Análisis publicitario. Ejemplos y análisis de los mismos

4. Autoevaluación.

MODULO 1 - Clase 4 - Formatos publicitarios

1. Formatos publicitarios.

- Ejemplos
- Rich Media.

MODULO 1 - Clase 5 - Formatos publicitarios en redes sociales

1. Formatos publicitarios en Redes sociales

- Objetivos,
- Tráfico.
- Anuncios.
- Historias patrocinadas
- posts patrocinados.

2. Otros formatos publicitarios.

- Google AdSense
- Adwords.

4. Autoevaluación.

MODULO 2: clase 1 “El contenido publicitario Online”

1. El valor añadido de internet.

- Ejemplos
- Conclusión.

2. Medios publicitarios de internet.

- Directorios.
- Buscadores.
- Social Media.
- Newsletters o Boletines electrónicos.
- Clasificados o programas de anuncios
- Análisis.
- Intercambio de banners.
- Bloques.
- Espacios en web.
- Juegos publicitarios.

3. Autoevaluación.

MODULO 2 - Clase 2 - El contenido publicitario online hace la diferencia

1. Contenidos para redes sociales

- Consideraciones.
- Características.
- Videos.

- Fanpage.
- Creatividad.
- Imagen y video.
- Links divertidos.
- Notas.
- Planificación.
- Premisas.
- Transformar lo negativo en positivo.
- Responder consultas.
- Variedad y posicionamiento.
- Contenidos exclusivos.
- Relevancia.
- Ejemplos de campaña.
- Resultados.
- Soporte y atención al cliente
- Promoción de productos y servicios.

22. Autoevaluación.

MODULO 2 - Clase 3 - Contenido para newsletters

1. Fortalecimiento de marca. Promoción indirecta. Distribución de contenidos. Optimización. Ejemplos. Impacto.

- Contenidos para newsletters.
- Pasos básicos.
- Características.
- Redacción.
- Palabras de valor.
- Atraer y retener.
- Links.
- Inclusión de nuevos suscriptores.
- Ejemplos

MODULO 2 - Clase 4 - Contenidos para sitios web

1. Contenidos para sitios web.

- Investigación.
- Enfoque,
- Redacción.
- Planeamiento y generación.
- Estructura de contenidos.
- Autoservicio.
- Formatos de textos.
- Colores.
- Contenido apropiado.
- Distribución de contenidos.
- Palabras clave y enlaces.

2. Autoevaluación.

MODULO 2 - Clase 5 - Persuasion de contenidos



1. Persuasión de contenidos.

- Usabilidad
- Finalidad.
- Accesibilidad.
- Recomendaciones.
- Casos particulares.
- Mensajes.
- Tips para tener en cuenta.
- Objetivo y posicionamiento.
- Principios básicos.
- Textos llamativos.
- Conclusiones.
- Estímulos visuales.
- Diseño de anuncios.

MODULO 2 - Clase 6 - Campañas Exitosas

1. Campañas exitosas.

- Ejemplos.
- ideas.
- Una campaña exitosa.

2. Autoevaluación

DOCENTE: Sabrina Pappalettera