

# Curso

## Publicidad en Internet

### Objetivos

Se pretende que al final del curso el participante:

- ✓ Haya comprendido las principales características y potencialidades de la Publicidad en Internet
- ✓ Tenga un marco conceptual de las herramientas y opciones disponibles, con sus ventajas y desventajas
- ✓ Tenga los elementos necesarios para definir objetivos y evaluar resultados de una campaña publicitaria en Internet.

### Metodología

El curso se desarrollará en base a exposiciones, discusiones abiertas y numerosos ejemplos, de modo de mantener una dinámica no solo interesante por su contenido sino además enriquecida por el intercambio de ideas y discusión entre los participantes.

El curso se desarrollará en tres módulos, en un mismo día. El primero dedicado a los conceptos fundamentales de la publicidad en Internet, el segundo a las páginas de aterrizaje y el tercer a la creación, monitoreo y optimización de campañas.

### A quién está dirigido

El curso está dirigido a Gerentes de Márketing, Departamentos de Medios de las Agencias de Publicidad, Gerentes de sitios Web que comercializan o tienen pensado comercializar publicidad, estudiantes de comunicación y en general todos aquellos involucrados en la creación y gestión de sitios Web.

## Plan del Curso

### Módulo I: Conceptos básicos de la Publicidad en Internet

1. Introducción: cuándo y porqué de la Publicidad en Internet
2. Datos a nivel mundial y local de Publicidad en Internet
3. Dos caras de la misma moneda: la publicidad y las páginas de aterrizaje
4. La jerga de la publicidad en Internet: CPM, CPC, PPC, impresiones y todos los elementos necesarios para comprender como funciona el pautado en Internet.
5. Estadísticas: qué se puede medir, cómo se mide y cómo se analizan los resultados

### Módulo II: Creación de páginas de aterrizaje

1. Definición de objetivos
2. Redacción y optimización para la Web
3. Optimización para el ranking en buscadores, conceptos básicos de SEO

### Módulo III: Creación y administración de campañas

1. Banners vs. emails vs. Search Engine Marketing (AdWords)
  - Publicidad con Banners
  - Email marketing
  - Search Engine marketing
2. Planificación de la campaña y plan inicial de medios
3. Monitoreo y optimización de campañas: split testing

## Docente

El docente del curso será Daniel Mordecki, quien cuenta con una vasta experiencia en el gerenciamiento de proyectos tecnológicos, así como en Diseño de la Interacción y Usabilidad, habiendo asistido en estas tareas a más de 20 sitios Web de Uruguay, Argentina, México y España. Es además docente de en el área de e-business en Universidad ORT y director de Concreta.

## Precio y datos organizativos

El curso se llevará a cabo durante un día completo, en la Sala "Zorrilla de San Martín" piso 25 del Hotel Sheraton Montevideo (Victor Soliño 349), en el siguiente horario:

### Mañana

Modulo I (primera parte)	9:00 a 10:30
Cofee Break	10:30 a 11:00
Modulo I (segunda Parte)	11:00 a 12:30
Descanso	12:30 a 13:30
Tarde	
Modulo II	13:30 a 15:30
Cofee Break	15:30 a 16:00
Modulo III	16:00 a 18:00

Se entregará material del curso, artículos referentes al tema y diploma de asistencia.

El precio total es de \$1.750.

En caso de que por motivos organizativos resultara conveniente, Concreta podrá fijar cambios en el dictado del curso.

## Inscripciones

Por email:  
[info@concreta.com.uy](mailto:info@concreta.com.uy)

O por teléfono:  
902 1237