

Programa: *Mobile advertising* en acción

Módulo 1: *Mobile advertising*

Unidad 1: *Mobile advertising*

- 1.1.1 Las particularidades del *Mobile*
- 1.1.2 Claves para *Mobile advertising*
- 1.1.3 SEM (publicidad en buscadores)
- 1.1.4 *Display ads*

Unidad 2: Publicidad en redes sociales

- 1.2.1 Facebook *ads*
- 1.2.2 Instagram *ads*
- 1.2.3 Video *ads* - YouTube
- 1.2.4 *In app ads*

Módulo 2: Acciones de *Mobile advertising*

Unidad 1: Acciones de *Mobile advertising*

- 2.1.1 Incentivar a la acción
- 2.1.2 *Click to call*
- 2.1.3 *Click to play video*
- 2.1.4 *Click to landing page*

Unidad 2: Más acciones *Mobile*

- 2.2.1 *Click to schedule*
- 2.2.2 *Click to capture opt in*
- 2.2.3 *Click to Facebook/Twitter*
- 2.2.4 *Click to download*

Módulo 3: Modalidades de publicidad

Unidad 1: Tipos de campaña y compra

- 3.1.1 Estrategias: *branding & performance*
- 3.1.2 Impresiones *Mobile*
- 3.1.3 CPC
- 3.1.4 La experiencia instantánea

Unidad 2: Acciones y conversiones en las campañas

- 3.2.1 Conversiones: CPA
- 3.2.2 *App*: CPI
- 3.2.3 Obtención de *leads*
- 3.2.4 Carrito de compra

Módulo 4: El público en *Mobile*

Unidad 1: Segmentaciones basadas en *Mobile*

- 4.1.1 Segmentar a dispositivo
- 4.1.2 Segmentar por tipo de usuario
- 4.1.3 Segmentar por sistema operativo
- 4.1.4 Segmentar por ubicación

Unidad 2: Medir nuestra campaña

- 4.2.1 Medición en *Mobile*
- 4.2.2 *KPIs*
- 4.2.3 Optimización
- 4.2.4 Reporte

Bibliografía

Bibliografía básica

Jimenez, Y. (2015). Instagram. Recuperado de <https://prezi.com/Zrxutgk-ymfg/instagram/>

Mobile Marketing Association. (2014). Neutrogena: Sun Activated Advertising. Recuperado de http://www.mmaglobal.com/case-study-hub/case_studies/view/31818

Rimacuna, M. (2016). Las Redes Sociales. Recuperado de <http://redesmishell.blogspot.com/>

Objetivos

El planteo de objetivos permite que el alumno tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Contar con las herramientas para realizar la planificación y el desarrollo de una campaña de *Mobile advertising*.

Objetivos específicos:

- Conocer los distintos formatos publicitarios para campañas de *Mobile advertising*.
- Comprender las modalidades de comercialización publicitaria para *Mobile*.
- Entender la optimización de *app* (ASO) como herramientas publicitarias.

Competencias

Las competencias que esperamos que usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta *performance*.
- Capacidad de análisis/reflexión: capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- Creatividad/soluciones innovadoras basadas en el conocimiento: capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

- Capacidad de conocer y entender campañas de *Mobile marketing*, incluyendo su implementación, formatos utilizados y modalidades de comercialización. Como complemento, se busca el conocimiento del uso de *app* como herramientas publicitarias.