

COMPRA PROGRAMÁTICA

Si quieres adentrarte en el **futuro del marketing online**, este es tu curso. Curso dirigido a profesionales del marketing digital que quieran operar con la compra programática y aquellos que deseen adquirir conocimientos para manejar y optimizar sus campañas.



¡CONVIÉRTETE EN UN PROFESIONAL DEL MARKETING ONLINE!

DURACIÓN: 75 HORAS

OBJETIVOS

- Obtener las herramientas para trabajar con compra de publicidad online.
- Manejar un procesador digital de señales (DSP).
- Planificar estrategias publicitarias según el brief del anunciante.
- Conocer las herramientas de protección de marca y orientar una campaña a costo por mil (CPM).

«La compra programática supone un cambio de paradigma en la gestión de las campañas con medios digitales».

ANÓNIMO

CONTENIDOS

UNIDAD 1. INICIACIÓN A LA COMPRA PROGRAMÁTICA

Introdúctete en el mundo de la compra programática, conoce sus elementos y cuál es su situación actual y cómo se presenta su futuro.

UNIDAD 2. LA PARTE DE LA COMPRA EN RTB: EL DSP (DEMAND SIDE PLATFORM)

Maneja y desarrolla creatividades utilizando una DSP. Identifica los píxeles de audiencia y la conversión.

UNIDAD 3. PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROGRAMÁTICA

Identifica los objetivos de una campaña publicitaria; reconoce y aplica las estrategias adecuadas para planificar una campaña exitosa.

UNIDAD 4. OPTIMIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROGRAMÁTICA

Utiliza las herramientas necesarias para sacar el máximo partido en los distintos aspectos de una campaña publicitaria; estrategias, sites, formatos, conversiones...



PROGRAMA

UNIDAD 1. INICIACIÓN A LA COMPRA PROGRAMÁTICA

- Introducción a la publicidad online
- Elementos de la compra programática
- Contexto de la compra programática

UNIDAD 2. LA PARTE DE LA COMPRA EN RTB: EL DSP (DEMAND SIDE PLATFORM)

- Qué es un DSP (Demand Side Platform)
- Cómo funciona una plataforma DSP
- Creatividades en un DSP
- El pixel de audiencia
- El pixel de conversión

UNIDAD 3. PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROGRAMÁTICA

- Objetivos
- Estrategias (Prospecting/Retargeting/Performance)

UNIDAD 4. OPTIMIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROGRAMÁTICA

- Optimización. El proceso imprescindible
- Optimización de estrategias en la campaña
- Optimización en el ámbito de los sites
- Optimización en el ámbito de formatos
- Optimización en el ámbito de conversiones
- Optimización en el ámbito de Exchange
- Optimización en el ámbito de días y horas



PROFESORADO



FELIPE VELÁSQUEZ

Director para España y LATAM del DSP SiteScout (AdExplora en Europa).



MANUEL PERPIÑÁN

CEO de **Placebo Media**, licenciado en Derecho, con más de 16 años en publicidad online.



MÓNICA GÓMEZ

Head of Programmatic Media Buying en **Placebo Media**, con amplia experiencia en el mundo de la publicidad offline y online.



JOSÉ LORENZO

CEO de **Be MKT Me dia** con una amplia experiencia en distintos puestos de responsabilidad en el sector de la publicidad y el marketing.



ALEXANDRA DEL REY

Programmatic Media Manager en **Placebo Media**, ha ocupado distintas labores en el mundo de la publicidad tanto offline como online.

ESTE ES EL CURSO QUE ESTABAS BUSCANDO
¡ENTRA EN WWW.BEJOB.COM Y REGÍSTRATE!

APÚNTATE EN

WWW.BEJOB.COM

BeJob 
una empresa de  **SANTILLANA**