Especialización en Publicidad Digital

Universidad Central

La Especialización en Publicidad Digital de la Universidad Central es un programa de formación que da respuesta a una necesidad expresada por las agencias, centrales de medios, anunciantes y profesionales del medio, que se encuentran en la búsqueda permanente de expertos que manejen estratégicamente y con suficiencia la publicidad digital en distintas plataformas y prácticas para el ejercicio publicitario en internet.

Objetivo

Profundizar de forma integral sobre prácticas comunes en temas relacionados con SEO, SEM, publicidad contextual, publicidad display, social media, advergaming, publicidad convergente, emailing, construcción de marca, publicidad móvil, entre muchos otros aspectos, que serán soportados desde la analítica para la toma de decisiones, con un continuo reconocimiento de los marcos legales y políticas de uso de las diversas plataformas.

Perfil del egresado

El especialista en Publicidad Digital de la Universidad Central podrá construir estrategias digitales, planes de medios y propuestas de comunicación, en el marco de una visión ética de la publicidad digital y de las buenas prácticas que exigen el Gobierno colombiano, entes internacionales, agencias, medios de comunicación y anunciantes en el contexto digital. Asimismo, tendrá las siguientes capacidades:

Realizar procesos de optimización de inversión publicitaria en cualquier momento de la campaña digital.

Manejar plataformas de pauta en línea para la ejecución de campañas en SEM, publicidad contextual, redes sociales, advergaming y prácticas publicitarias convergentes.

Realizar diagnósticos de posicionamiento de sitios web y aplicaciones móviles desde las perspectivas de usabilidad, experiencia de usuario, arquitectura de la información y SEO.

Entender las particularidades de las tecnologías emergentes y convergentes, con una mirada estratégica para su aprovechamiento en la realización de procesos de publicidad digital.

Transmitir de forma acertada su aprendizaje a otros profesionales de otras disciplinas como la ingeniería, la estadística, el mercadeo y el comercio electrónico.

Liderar estrategias y acciones tácticas para el sostenimiento de comunidades virtuales que posean las marcas.

Proyecto de investigación

Los futuros especialistas podrán realizar su proyecto de grado a lo largo del año, ese proyecto estará asociado a su contexto laboral actual con el fin de afectarlo de manera inmediata con los conocimientos adquiridos. Nuestros estudiantes deben entregar un ensayo y realizar una ponencia pública en auditorio en un evento programado desde la especialización, los productos presentados serán públicos como documentos de investigación y asociados a la línea de investigación en Publicidad Digital creada en el año 2015.

Líneas de investigación

La línea de investigación en Publicidad Digital, creada en el año 2015, aborda una serie de problemas propios de entornos donde los actores del campo publicitario realizan prácticas específicas en unas plataformas dispuestas en internet. Dentro de ellas, se identifican tres grandes ejes:

Cambios de un sector de la producción y sus afectaciones en un mercado específico.

Cambios en plataformas o surgimiento de otras nuevas, y la afectación a un sector específico, prácticas o actores.

Nuevas prácticas identificadas por parte de los actores.

Estos ejes, a su vez, se articulan con los siguientes objetos de investigación:

Pauta en línea

Social media

Analítica

Optimización

Planeación estratégica en internet