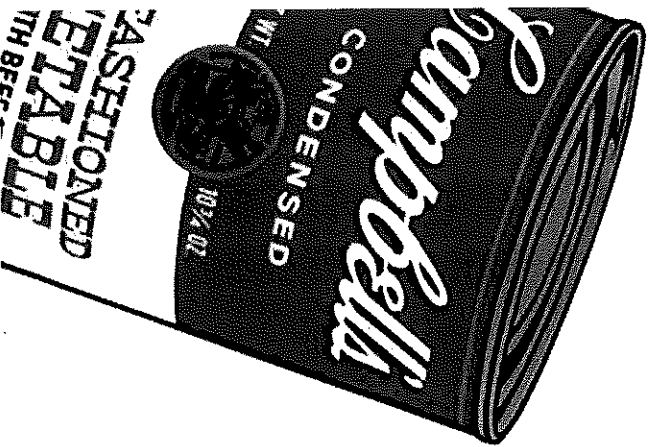




PUBLICIDAD INTERACTIVA DIGITAL



Máster Universitario en Gestión Estratégica e Innovación en
Comunicación

Prof. Dr. David Selva



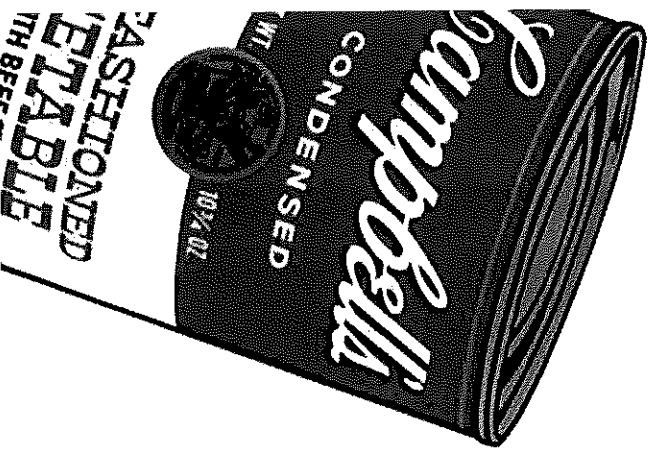
PUBLICIDAD INTERACTIVA DIGITAL

1. El nuevo escenario de la publicidad y la comunicación comercial.
2. Del anuncio a la comunicación integrada: convergencia mediática, 360° y transmedia storytelling.
3. Redes sociales digitales, marketing viral y comunicación 2.0.
4. Entretenimiento y comunicación comercial: branded content, advertainment y advergaming.
5. Brand journalism and brandcasting.
6. Crowdsourcing y comunicación colaborativa.



● ● ●

1. EL NUEVO ESCENARIO DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

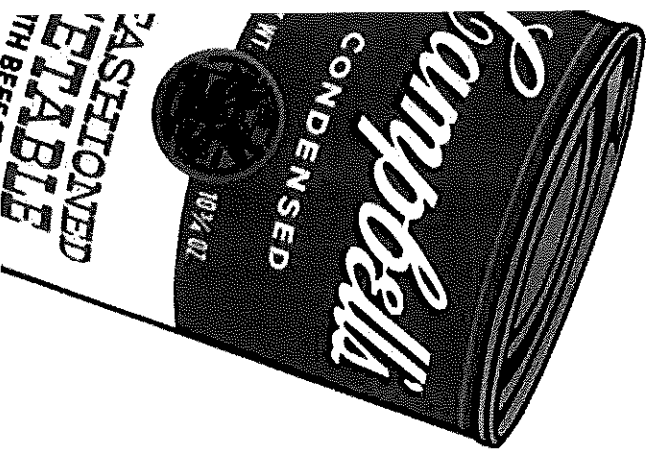




1. EL NUEVO ESCENARIO DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

FACTORES PARA UN NUEVO ESCENARIO

- Cambios en el consumidor.
- Aumento de la competencia.
- Saturación publicitaria.
- Saturación de medios y soportes.
- Atomización de las audiencias.
- Fragmentación social.
- Nuevas posibilidades tecnológicas.



-
-
-

1. EL NUEVO ESCENARIO DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

LOS NUEVOS MEDIOS

ABOVE THE LINE

BELOW THE LINE





1. EL NUEVO ESCENARIO DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

LOS NUEVOS MEDIOS

Above the line (medios convencionales)	
Prensa diaria y revistas (Gráfica)	
Exterior	
Radio	
Televisión y cine (Audiovisual)	
Mailing personalizado	
Buzoneo/folleto	
Marketing telefónico	
Catálogos	
Ferias y exposiciones	
Publicaciones de empresa	
Patrocinio, mecenazgo, marketing social y RSC	
Patrocinio deportivo	
Regalos publicitarios	
Juegos promocionales	
Tarjetas de fidelización	
Animación en el punto de venta	
PLV, merchandising, señalización y rótulos	
Directorios, anuarios y guías	
Internet	

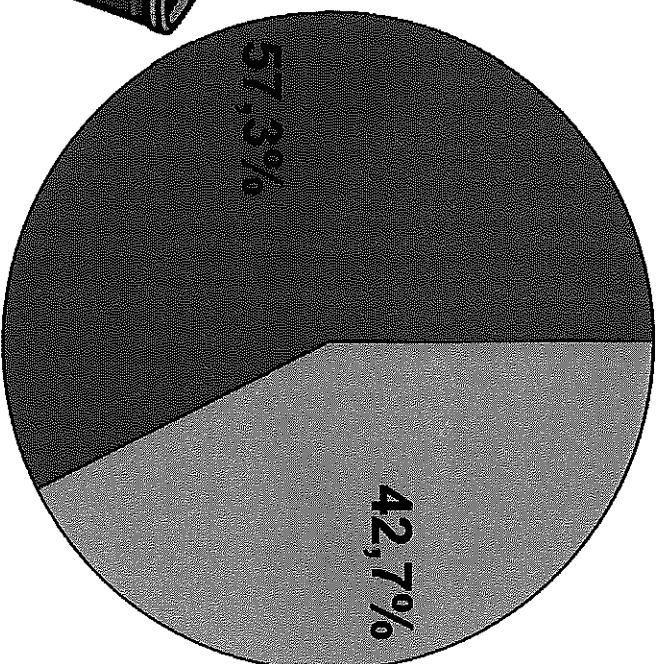
Below the line (medios no convencionales)





1. EL NUEVO ESCENARIO DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

LOS NUEVOS MEDIOS



■ Medios convencionales

■ Medios no convencionales



Fuente: Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2016.

Nota: El porcentaje correspondiente a medios convencionales incluye a internet, dado que estos datos provienen de Infoadex.