

# Publicidad 2.0



## JUSTIFICACIÓN

---

El uso de internet y las redes sociales se ha generalizado durante los últimos años y no son pocas las empresas que han decidido publicitarse en la red. El auge del marketing de las personas influencers y el fraude que se da en este tipo de publicidad hace aún más necesario conocer los aspectos más relevantes de la publicidad online.

## OBJETIVOS

---

- Hacer conscientes a las personas usuarias de la publicidad que hay en Internet, de sus diferentes modalidades y de la influencia que llegan a tener en los hábitos de consumo.
- Poner en conocimiento de las personas usuarias la influencia de la publicidad online, de su componente social y su eficacia respecto a la publicidad tradicional.
- Conocer las características de la publicidad online respecto a la publicidad convencional.
- Conocer las estrategias del marketing digital para personalizar la publicidad y captar a potenciales personas compradoras.
- Entender el funcionamiento de las campañas publicitarias llevadas a cabo por las personas Influencers y entender todo el entramado publicitario que se esconde detrás de un sencillo post en las redes sociales de un/a Influencer.

## CONTENIDOS

---

- Tipos de publicidad online.
- Influencia de la publicidad en internet.
- Marketing a través de influencers.
- Ley de competencia desleal.

## ACTIVIDADES

---

### FASE INICIAL (Actividad previa)

- Análisis de un caso.

### FASE DESARROLLO (Sesión)

- Contextualización del taller: la atención a la publicidad online.
- ¿Por qué nos persiguen los anuncios en la red?
- Tipos de publicidad online.
- El glosario viral.
- Marketing de influencers: formulando hipótesis.
- Marketing de influencers: anuncio para Kontsumobide.

## FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)

- Analizando la publicidad online.

## CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS

### DISCIPLINARES

- Competencia comunicativa, lingüística y literaria.
- Competencia tecnológica.
- Competencia social y cívica.
- Competencia artística.

### TRANSVERSALES

- Competencias para la comunicación verbal, no verbal y digital.
- Competencia de aprender a convivir.
- Competencia para aprender a aprender y pensar.
- Competencia para saber ser.

## METODOLOGÍA

- Trabajo colaborativo.
- Trabajo individual.
- Flypped Classroom.
- Gamificación.

## ORGANIZACIÓN

*Recursos y herramientas TIC	Espacios y grupos	Duración
Pantalla digital/proyector 3 tablets Acceso a internet	Un aula. División participantes en 3 grupos.	1 sesión - 90 min

\* Comunicar la disponibilidad o no de los recursos en el caso de que la experiencia se desarrolle fuera de los centros de Kontsumobide.

## EVALUACIÓN

### PROFESORADO

Encuesta de satisfacción

### ALUMNADO

Encuesta de satisfacción