

La publicidad en Internet

Inma Rodríguez Ardura

PID_00200043

Material docente de la UOC

**Inma Rodríguez Ardura**

Profesora agregada de *Comercialización e investigación de mercados* en la UOC, y directora del Observatorio de la Nueva Economía, grupo de investigación consolidado de la Generalitat de Catalunya adscrito al IN3-UOC. Antes de su incorporación a la UOC en 1996, desarrolló su actividad académica en la Universidad de Barcelona y en la Fundación Ramón Areces. Ha sido, asimismo, profesora visitante de la Universidad de Oxford (2010/11), y de Babson College, Boston (2011/12). En la UOC ha diseñado y ha sido directora del programa de Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado, el máster de Dirección de marketing y comunicación, y el doctorado de Sociedad de la Información y el Conocimiento; y ha creado y coordinado muchas de las asignaturas en marketing, comunicación y negocio electrónico. La doctora Rodríguez-Ardura es especialmente reconocida por sus investigaciones en el campo del marketing digital, que han sido publicadas en revistas científicas internacionales. Es autora de los libros *El marketing y el éxito en la empresa* (Pirámide, 1998) y *Marketing.com* (Esic, 2010); y coordinadora y principal autora de *Principios y estrategias de marketing* (Eduoc, 2008) y *Estrategias y técnicas de comunicación: una visión integrada en el marketing* (Eduoc, 2007).

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por la profesora: M. Carmen Pacheco Bernal (2013)

Primera edición: marzo 2013
© Inma Rodríguez Ardura
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2013
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Diseño: Manel Andreu
Realización editorial: Eureka Media, SL



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC. Fundació para la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

Adaptado del libro: Inma Rodríguez Ardura (2010).
Marketing.com y comercio electrónico. Ed. Pirámide.

Contenidos

Módulo didáctico 1

La publicidad en Internet

Inma Rodríguez Ardura

1. El proceso publicitario en Internet
2. Características de Internet como medio publicitario
3. Estrategias publicitarias
4. Formas publicitarias en línea
5. Instrumentos para la personalización masiva de la publicidad
6. La planificación de medios en Internet
7. Intermediarios publicitarios

