

Fundamentos del Paid Media y Social Paid Media



Presentación

Este curso ofrece una introducción integral al ecosistema del Paid Media, con foco en el diseño, ejecución y análisis de campañas publicitarias en plataformas digitales. A lo largo del recorrido, los participantes aprenderán a utilizar herramientas de gestión de campañas en Meta Ads (Facebook e Instagram), TikTok, LinkedIn, Twitter, YouTube y Spotify, comprendiendo las lógicas de segmentación, subasta y optimización de resultados. Se trabajará tanto sobre estrategias orgánicas como pagas, integrando la planificación de contenido con el uso estratégico de medios pagos para generar visibilidad, conversión y posicionamiento.

Dirigido a quienes desean profesionalizar el manejo de publicidad digital en redes sociales, este curso combina teoría, práctica y análisis de casos reales, preparando a los estudiantes para tomar decisiones basadas en datos y objetivos de negocio.

iFundamentos del Paid Media y Social Paid Media es el primer módulo de la Diplomatura de Paid Media Management!

Requisitos previos

Manejo de computadora, navegadores web y uso de Zoom

Conocimientos básicos en marketing digital y redes sociales

Manejo de windows y herramientas office o google workspace

Duración: 17 clases, 34 hs totales.

Modalidad: clases 100 % online en vivo de 2 hs. dos veces por semana

Objetivos

Objetivo general

Brindar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para la creación, gestión y optimización de campañas publicitarias en medios pagos, integrando estrategias de publicidad digital y tradicional, aprovechando las tendencias actuales y tecnologías emergentes.



Objetivos Específicos:

- Integrar medios tradicionales y digitales, diseñando estrategias publicitarias combinadas a través de ejercicios prácticos y análisis de resultados.
- Fomentar el uso responsable y ético de las herramientas publicitarias en un entorno digital y tradicional.
- Conocer los principales medios tradicionales de publicidad (televisión, radio y prensa) y comprender sus procesos de segmentación a través de ejemplos prácticos y estudios de caso.
- Analizar métricas y resultados de campañas publicitarias, aplicando técnicas de optimización y tomando decisiones estratégicas basadas en datos reales.
- Comprender los conceptos fundamentales del Paid Media, analizando sus ventajas, desventajas y modelos de compra a través del análisis de casos y ejercicios prácticos.
- Configurar e implementar campañas publicitarias en plataformas digitales aplicando estrategias de targeting.



Dirigido a:

- Emprendedores interesados en desarrollar estrategias publicitarias efectivas para potenciar su negocio.
- Personas interesadas en el marketing digital y tradicional que desean aprender a gestionar y optimizar campañas de Paid Media en diversas plataformas.
- Diseñadores gráficos y analistas digitales que busquen complementar sus habilidades con conocimientos en medios publicitarios.
- Profesionales del marketing y la publicidad que deseen optimizar sus campañas pagas.

Programa de contenidos



Clase 1. Introducción al Marketing Digital

¿Qué es Marketing?
Estrategia de marketing
Embudos de conversión



Clase 2. Introducción al Paid Media. ¿Qué es? Ventajas y desventajas.

¿Qué es Paid Media?
¿Cuál es su alcance?
Ventajas y desventajas



Clase 3. Modelo de subasta, puja y concepto de compra de espacios publicitarios.

¿Cómo funciona la subasta y la puja?
¿Qué son los espacios publicitarios?
Cómo se ganan los espacios



Clase 4. Introducción a Meta y configuración de plataforma.

Configuración de portafolio comercial
Preparación de cuenta publicitaria
Problemas frecuentes



Clase 5. Campañas de tráfico y alcance en Meta Ads.

Objetivos y tipos de campañas en Meta Ads
¿Cómo seleccionar el objetivo correcto?
Configuración de campañas



Clase 6: Campañas en Instagram Ads y estrategias.

Configuración de campañas en Instagram Ads
Estrategias de publicidad en Instagram
Preguntas frecuentes de Instagram Ads

Temario

Fundamentos del Paid Media y Social Paid Media



Clase 7: Campañas en X Ads y estrategias.

Configuración de campañas en X Ads
Estrategias de publicidad en X
Preguntas frecuentes de X Ads



Clase 8: Campañas en LinkedIn Ads y estrategias.

Configuración de campañas en LinkedIn Ads
Estrategias de publicidad en LinkedIn
Preguntas frecuentes de LinkedIn Ads



Clase 9: Campañas en TikTok Ads y estrategias

Configuración de campañas en TikTok Ads
Estrategias de publicidad en TikTok
Preguntas frecuentes de TikTok Ads



Clase 10: Campañas en YouTube Ads y estrategias.

Configuración de campañas en Youtube Ads
Estrategias de publicidad en Youtube
Análíticas de Youtube



Clase 11: Campañas en Spotify Ads y estrategias.

Configuración de campañas en Spotify Ads
Estrategias de publicidad en Spotify
Preguntas frecuentes de Spotify Ads



Clase 12: Retargeting y Recopilación de datos, Facebook Pixel, Linked Tag y Google Tags

¿Qué es el remarketing?
Configuración de códigos de seguimiento
Creación de públicos personalizados



Clase 13: Optimización de campañas publicitarias o Auditoría.

Auditoría de campaña
Prácticas para la optimización
Cálculo de resultados



Clase 14: Campañas pagas de Influencers y estrategias.

¿Qué son los influencers?
Estrategia de campañas de influencers
Modelos de negocios de influencers



Clase 15: Análisis de resultados y métricas clave. Toma de decisiones basada en datos.

Métricas claves
Entendiendo los patrones
Decisiones basada en datos

Temario

Fundamentos del Paid Media y Social Paid Media



Clase 16: Presupuestación y planificación de campañas.

Planificación de campañas

Presupuestar campañas

Cálculo de ROI y ROAS



Clase 17: Casos de éxito en Paid Media y análisis.

Casos prácticos de marcas

Qué aprender de la experiencia

Consejos prácticos