



- Formato **Online**
- Duración **90 Horas**



Curso Social Ads

Publicidad en medios
sociales

- Formato **Online**
- Duración **90 Horas**

Introducción

La publicidad en internet y principalmente a través de las redes sociales, se ha convertido en algo completamente habitual para todas las personas. En este curso aprenderás a gestionar esas campañas publicitarias a través de los medios sociales para dar a conocer tu empresa o tu producto.

Gracias a las propias plataformas publicitarias de cada red social, adquirirás las habilidades para lanzar tu propia campaña de pago a tu público objetivo, pudiendo optimizar mejor el presupuesto y realizando una inversión óptima con buenos resultados.

Con este curso podrás mejorar tus conocimientos en marketing digital, conocer las mejores estrategias publicitarias y encontrar el público que mejor se adapta a cada producto y cada red social. También aprenderás a interpretar los datos obtenidos para mejorar y optimizar cada vez más tus campañas, con herramientas de análisis y estructuración de informes.

Aprende de forma práctica y con ejemplos a utilizar las herramientas publicitarias en medios sociales.



Dirigido a

El curso está dirigido a profesionales del marketing digital, que quieran adentrarse en las técnicas y estrategias de la publicidad a través de los medios sociales. También a los expertos en sem, que deseen profundizar en otros canales publicitarios. Empresas que quieren comenzar a mostrar su producto por internet y comenzar a generar ventas a través de la publicidad.



Objetivos

- + Aprender a crear un plan de social ads acorde a las necesidades de la empresa.
- + Crear campañas efectivas con creatividades y estructuras claras y definidas.
- + Optimizar los presupuestos de las campañas.
- + Aprender a medir e interpretar los datos resultantes de las campañas.





Contenidos

Unidad 1. Crear una estrategia en social ads

1. Introducción al marketing.
2. Análisis previo interno y externo.
3. Objetivos SMART, métricas y KPI's.
4. Planificación de medios y landing.

Unidad 2. La segmentación y elección del público objetivo

1. Definición del target y buyer persona.
2. Customer insight y customer journey.
3. Microsegmentación en rrss.
4. Landing page.

Unidad 3. Presupuesto

1. Diversificación de inversión.
2. Estrategias de puja: cpc, cpl, cpa, cpm.
3. Tablas de presupuesto.
4. Testear, medir y optimizar.
5. El aprendizaje de Facebook.
6. Estructura creativa de los anuncios.

Unidad 4. Ads en redes sociales.

1. Facebook Ads.
 - 1.1 ¿Por qué hacer publicidad en Facebook?
2. Pasos para crear un anuncio desde el editor de anuncios.



Contenidos

3. El administrador de anuncios.
 - 3.1 El panel de control.
 - 3.2. Creando una campaña.
 - 3.3 Crear grupo de anuncios.
4. El pixel de Meta 1.

Unidad 5. Los anuncios y otras herramientas.

1. Los anuncios en Facebook
2. Otras configuraciones de anuncios
 - 5.2.1. Secuencias
 - 5.2.2. Colección
 - 5.2.3. Reglas automatizadas
3. Anuncios en Facebook Messenger
4. Anuncios en WhatsApp Business
5. Instagram
6. LinkedIn
7. X (Twitter)
8. Mención a TikTok

Unidad 6. Análisis de datos.

1. Herramientas de análisis del administrador de anuncios de Meta.
 - 1.1 Experimentos.
 - 1.2. Informes de anuncios.
2. ROI.
3. Herramientas.
4. Realización de informes.
5. Consejos para crear anuncios exitosos.



ESI | Escuela Superior de Diseño
Pº Arco de Ladrillo, 72-74 – 47007 Valladolid
Telf.: 983 397 622
www.esivalladolid.com

