

Fundamentos del Paid Media y Social Paid Media

Información General

Fecha de inicio: 14/08/2026

Frecuencia: Semanal

Carga horaria por clase: 90 min

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.

Objetivos Generales

Reconocer el ecosistema del Paid Media digital, y los procedimientos necesarios para diseñar, implementar y optimizar campañas publicitarias en redes sociales.

Objetivos Específicos

- Interpretar métricas clave y tomar decisiones informadas para mejorar el rendimiento de campañas
- Aplicar estrategias de segmentación, retargeting y optimización basadas en datos.
- Configurar campañas publicitarias en Meta, entre otras
- Comprender cómo funcionan las principales plataformas de anuncios pagos y cómo seleccionar la más adecuada para cada objetivo.
- Introducir los conceptos clave del Paid Media y su aplicación dentro de una estrategia de marketing digital integral.

Destinatarios

- Estudiantes y egresados/as de carreras vinculadas al marketing, publicidad, comunicación, diseño multimedial o afines.
- Profesionales del marketing, la comunicación o el diseño que busquen incorporar herramientas y estrategias de Paid Media a su práctica.
- Emprendedores/as y pequeños/as empresarios/as que deseen promocionar sus productos o servicios de manera efectiva en entornos digitales.
- Personas interesadas en iniciarse en el mundo de la publicidad digital y la gestión de

campañas en redes sociales.

Plan de Estudios

Módulo 1: Fundamentos del Paid Media y Social Paid Media

- Introducción al Marketing Digital
- Introducción al Paid Media. ¿Qué es? Ventajas y desventajas
- Modelo de subasta, puja y concepto de compra de espacios publicitarios.
- Introducción a Meta y configuración de plataforma.
- Campañas de tráfico y alcance en Meta Ads.
- Campañas en Instagram Ads y estrategias.
- Campañas en Twitter Ads y estrategias
- Campañas en LinkedIn Ads y estrategias.
- Campañas en TikTok Ads y estrategias.
- Clase 10 Campañas en YouTube Ads y estrategias.
- Campañas en Spotify Ads y estrategias.
- Clase 12 Retargeting y Recopilación de datos, Facebook Pixel, Linked Tag y Google Tags.
- Clase 13 Optimización de campañas publicitarias o Auditoría
- Campañas pagas de Influencers y estrategias.
- Clase 15 Análisis de resultados y métricas clave. Toma de decisiones basada en datos.
- Presupuestación y planificación de campañas.
- Casos de éxito en Paid Media y análisis
- Evaluación integradora final
- Recuperatorio de evaluación integradora final

Bibliografía

- Cruz, H. (2020). Publicidad Programática: Técnicas Transformadoras para el Éxito en la Publicidad Moderna. Editorial XYZ.
- Kotler, P. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Wiley.
- AppsFlyer. (n.d.). Glossary: Demand-side platform. Recuperado el 22 de enero de 2025, de <https://www.appsflyer.com/es/glossary/demand-side-platform>
- Marketing Land. (n.d.). Marketing Land. Recuperado el 22 de enero de 2025, de <https://www.marketingland.com>
- Search Engine Land. (n.d.). Search Engine Land. Recuperado el 22 de enero de 2025, de <https://www.searchengineland.com>