



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN SOCIAL ADS: ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES



FORMACIÓN PERMANENTE

WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de **Estudio**

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el **Curso de Social Ads: Estrategia y Gestión de Publicidad en Redes Sociales** de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales del marketing digital que desean dominar la planificación, ejecución y optimización de campañas publicitarias en los principales entornos sociales del panorama actual.

A lo largo de este programa, abordarás desde los fundamentos del ecosistema publicitario digital y la segmentación avanzada de audiencias hasta la gestión integral de campañas en plataformas como Meta Ads, TikTok Ads, YouTube Ads, LinkedIn Ads y otras redes complementarias. También profundizarás en la creación de creatividades de alto rendimiento, estrategias de puja, gestión presupuestaria, analítica de resultados y modelos de atribución multiplataforma.

Además, trabajarás aspectos clave como la optimización y el escalado estratégico de campañas rentables, el marco legal europeo en materia de privacidad y las tendencias emergentes del sector. Al finalizar, contarás con un perfil profesional altamente competitivo, preparado para liderar estrategias de publicidad social que generen resultados medibles para cualquier tipo de negocio.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender el ecosistema publicitario digital, identificando las particularidades de cada plataforma social.
- ✓ Diseñar estrategias publicitarias en redes sociales, aplicando marcos de planificación y objetivos SMART.
- ✓ Dominar técnicas de segmentación avanzada, construyendo audiencias personalizadas y similares eficaces.
- ✓ Gestionar campañas en las principales plataformas sociales, configurando formatos y estructuras adecuados.
- ✓ Desarrollar creatividades publicitarias de alto rendimiento, aplicando principios de copywriting y diseño persuasivo.
- ✓ Aplicar estrategias de gestión presupuestaria y puja, optimizando el retorno de inversión publicitaria.
- ✓ Analizar el rendimiento de campañas, utilizando métricas, modelos de atribución y herramientas analíticas.
- ✓ Conocer el marco legal y las tendencias emergentes, incorporando criterios éticos y de privacidad.



1: FUNDAMENTOS DEL ECOSISTEMA PUBLICITARIO DIGITAL Y LA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

- 1.1. Evolución histórica de la publicidad digital hasta el modelo actual de Social Ads
- 1.2. El ecosistema de las redes sociales como canal publicitario diferenciado
- 1.3. Principales plataformas publicitarias sociales y sus particularidades estratégicas
- 1.4. El embudo de conversión aplicado a la planificación publicitaria en redes sociales
- 1.5. Terminología esencial y métricas clave en la gestión de Social Ads
- 1.6. Rol del Social Ads dentro de una estrategia de marketing digital integrada y omnicanal

2: ESTRATEGIA PUBLICITARIA EN REDES SOCIALES: PLANIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

- 2.1. Análisis previo del mercado, la competencia y el posicionamiento de marca en entornos sociales
- 2.2. Definición de objetivos publicitarios alineados con los objetivos generales de negocio
- 2.3. Diseño del plan de medios sociales pagados como herramienta estratégica
- 2.4. Integración de la estrategia de Social Ads con la estrategia de contenido orgánico
- 2.5. Definición de indicadores clave de rendimiento (KPIs) específicos por fase del embudo
- 2.6. Documentación, presentación y defensa del plan estratégico de Social Ads ante stakeholders



3: SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS Y TARGETING AVANZADO EN PLATAFORMAS PUBLICITARIAS SOCIALES

- 3.1. Fundamentos de la segmentación de audiencias en entornos publicitarios sociales
- 3.2. Construcción de buyer personas orientados a la planificación de campañas de publicidad social
- 3.3. Audiencias personalizadas basadas en datos propios de la empresa (Custom Audiences)
- 3.4. Audiencias similares (Lookalike): creación, configuración y estrategias de uso eficaz
- 3.5. Estrategias de exclusión y acotación de audiencias para optimizar la inversión publicitaria
- 3.6. Segmentación contextual, por momentos de consumo y señales de intención
- 3.7. Evolución del targeting ante las restricciones de privacidad y la progresiva pérdida de datos de terceros

4: PUBLICIDAD EN META ADS: GESTIÓN INTEGRAL DE CAMPAÑAS EN FACEBOOK E INSTAGRAM

- 4.1. Arquitectura y estructura de campañas en el Administrador de Anuncios de Meta
- 4.2. Formatos publicitarios en Facebook: características, especificaciones y mejores prácticas
- 4.3. Formatos publicitarios en Instagram: características, especificaciones y mejores prácticas
- 4.4. Configuración del píxel de Meta y la API de conversiones para el seguimiento de resultados
- 4.5. Herramientas avanzadas de Meta: campañas Advantage+, automatización y catálogos dinámicos
- 4.6. Estrategias de remarketing y retargeting dentro del ecosistema publicitario de Meta
- 4.7. Buenas prácticas consolidadas y errores frecuentes en la gestión de cuentas de Meta Ads



5: PUBLICIDAD EN TIKTOK ADS: ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS EN LA PLATAFORMA DE VÍDEO CORTO

- 5.1. Características del ecosistema publicitario de TikTok y perfil de su audiencia
- 5.2. Estructura y configuración de campañas en TikTok Ads Manager
- 5.3. Formatos publicitarios en TikTok: tipología, especificaciones y casos de uso
- 5.4. Creación de contenido publicitario nativo adaptado al lenguaje de TikTok
- 5.5. Configuración del píxel de TikTok y sistemas de seguimiento de conversiones
- 5.6. Estrategias de optimización, iteración creativa y escalado de campañas en TikTok Ads

6: PUBLICIDAD EN YOUTUBE ADS: CAMPAÑAS DE VÍDEO DENTRO DEL ECOSISTEMA GOOGLE

- 6.1. YouTube como plataforma publicitaria estratégica dentro del ecosistema Google Ads
- 6.2. Formatos publicitarios en YouTube: tipología, duración y casos de uso recomendados
- 6.3. Segmentación de audiencias en YouTube Ads: opciones avanzadas de targeting
- 6.4. Configuración, lanzamiento y optimización de campañas de vídeo en Google Ads
- 6.5. Medición del rendimiento publicitario y modelos de atribución específicos de YouTube Ads



7: PUBLICIDAD EN LINKEDIN ADS, X ADS Y PLATAFORMAS PUBLICITARIAS COMPLEMENTARIAS

- 7.1. Publicidad en LinkedIn Ads: estrategia y gestión de campañas en entornos B2B y profesionales
- 7.2. Publicidad en X (Twitter) Ads: características de la plataforma y formatos disponibles
- 7.3. Publicidad en Pinterest Ads: oportunidades estratégicas para marcas visuales y ecommerce
- 7.4. Publicidad en Spotify Ads, Snapchat Ads y otras plataformas sociales emergentes
- 7.5. Criterios estratégicos para la selección y gestión integrada de campañas multiplataforma

8: CREATIVIDADES PUBLICITARIAS: DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE ANUNCIOS DE ALTO RENDIMIENTO

- 8.1. Principios fundamentales del diseño creativo orientado a la conversión en redes sociales
- 8.2. Redacción publicitaria (copywriting) especializada para anuncios en redes sociales
- 8.3. Diseño y producción de creatividades estáticas para campañas de Social Ads
- 8.4. Producción de vídeo publicitario adaptado a los formatos de redes sociales
- 8.5. Diseño de landing pages y páginas de destino alineadas con el mensaje de los anuncios
- 8.6. Aplicación de la inteligencia artificial generativa en la creación de piezas publicitarias
- 8.7. Testing A/B y metodologías de experimentación creativa sistemática



9: GESTIÓN PRESUPUESTARIA, ESTRATEGIAS DE PUJA Y MODELOS DE COMPRA PUBLICITARIA

- 9.1. Modelos de compra publicitaria en redes sociales: CPM, CPC, CPA, oCPM y sus variantes
- 9.2. Estrategias de puja y su impacto en la distribución y competitividad de los anuncios
- 9.3. Planificación y distribución estratégica del presupuesto entre plataformas y campañas
- 9.4. Control del gasto publicitario y gestión estratégica de la frecuencia de impacto
- 9.5. Proyección de resultados, simulación de escenarios y estimación del retorno de inversión publicitaria
- 9.6. Gestión presupuestaria eficiente en entornos de inversión limitada y cuentas de arranque

10: MEDICIÓN, ANALÍTICA Y ATRIBUCIÓN DE RESULTADOS EN CAMPAÑAS DE SOCIAL ADS

- 10.1. Configuración del ecosistema técnico de medición para campañas de publicidad social
- 10.2. Análisis de métricas clave segmentadas por objetivo y fase de campaña
- 10.3. Modelos de atribución aplicados a la publicidad en redes sociales
- 10.4. Herramientas de analítica y visualización de datos para la gestión de Social Ads
- 10.5. Elaboración de informes de rendimiento y comunicación profesional de resultados
- 10.6. Impacto de las regulaciones de privacidad en los sistemas de medición y seguimiento publicitario



11: OPTIMIZACIÓN AVANZADA Y ESCALADO ESTRATÉGICO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS RENTABLES

- 11.1. Diagnóstico integral del rendimiento de campañas e identificación de cuellos de botella
- 11.2. Técnicas de optimización continua basadas en el análisis sistemático de datos
- 11.3. Estrategias de escalado vertical y horizontal de campañas con rendimiento comprobado
- 11.4. Automatización de tareas y configuración de reglas personalizadas para la gestión de campañas
- 11.5. Herramientas de gestión y optimización multiplataforma para cuentas de gran volumen
- 11.6. Flujos de trabajo profesional y protocolos operativos para la gestión eficiente de cuentas publicitarias

12: MARCO LEGAL, PRIVACIDAD DE DATOS Y TENDENCIAS EMERGENTES EN LA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

- 12.1. Regulación aplicable a la publicidad en redes sociales en el contexto europeo y español
- 12.2. Protección de datos y privacidad en la gestión de campañas publicitarias sociales
- 12.3. Publicidad ética y responsable: buenas prácticas en la comunicación comercial en redes sociales
- 12.4. Tendencias emergentes que transformarán la publicidad en redes sociales
- 12.5. Prospectiva del sector y preparación profesional ante la evolución continua del ecosistema publicitario social



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información





Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

