



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN PERFORMANCE MARKETING: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MEDIOS DE PAGO



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 Performance Marketing: Planificación y Gestión de Campañas de Medios de Pago de Instituto Serca, diseñado para profesionales del marketing digital que desean dominar la publicidad orientada a resultados en un entorno cada vez más competitivo y automatizado.

A lo largo del programa, abordarás desde los fundamentos del ecosistema de medios de pago y el comportamiento del consumidor digital hasta la planificación estratégica de campañas en plataformas clave como Google Ads, Meta Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads y entornos programáticos. También profundizarás en creatividad publicitaria orientada a conversión, modelos de atribución, medición avanzada y el uso de inteligencia artificial para escalar campañas de forma rentable.

Esta formación online te permitirá aprender a tu ritmo, adquiriendo competencias muy demandadas en agencias y departamentos de marketing. Al finalizar, contarás con un perfil profesional sólido para gestionar presupuestos publicitarios, optimizar el rendimiento de campañas y tomar decisiones basadas en datos dentro del marco legal vigente.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Conocer los fundamentos del performance marketing, identificando modelos, métricas y actores del ecosistema.
- ✓ Analizar el comportamiento del consumidor digital, construyendo audiencias segmentadas basadas en datos.
- ✓ Diseñar planes estratégicos de campañas de medios de pago, distribuyendo presupuestos entre canales.
- ✓ Dominar la gestión de campañas en buscadores y plataformas sociales, aplicando mejores prácticas.
- ✓ Comprender la compra programática y los formatos emergentes, evaluando su integración en campañas.
- ✓ Desarrollar creatividades publicitarias orientadas a conversión, aplicando técnicas de copywriting y diseño eficaz.
- ✓ Implementar sistemas de medición y optimización continua, utilizando experimentación basada en datos.
- ✓ Aplicar herramientas de automatización e inteligencia artificial, cumpliendo la normativa de privacidad vigente.



1: FUNDAMENTOS DEL PERFORMANCE MARKETING Y EL ECOSISTEMA DE MEDIOS DE PAGO

- 1.1. Definición, principios y características diferenciales del performance marketing
- 1.2. Evolución histórica de la publicidad digital y el nacimiento de los medios de pago
- 1.3. Mapa del ecosistema actual de medios de pago y sus principales actores
- 1.4. Modelos de contratación y compra de medios en performance marketing
- 1.5. Métricas fundamentales y terminología esencial del profesional de medios de pago
- 1.6. El embudo de conversión como marco estratégico para la planificación de campañas
- 1.7. Competencias profesionales y perfiles especializados en performance marketing

2: EL CONSUMIDOR DIGITAL: COMPORTAMIENTO, SEGMENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS

- 2.1. Análisis del comportamiento del consumidor digital en el entorno actual
- 2.2. Investigación de mercado y análisis competitivo aplicados a campañas de pago
- 2.3. Estrategias de segmentación de audiencias en plataformas publicitarias
- 2.4. Construcción de audiencias propias a partir de datos de primera parte (first-party data)
- 2.5. Audiencias similares, predictivas y de expansión algorítmica
- 2.6. El buyer persona como herramienta de planificación creativa y mediática



3: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE CAMPAÑAS DE MEDIOS DE PAGO

- 3.1. El proceso completo de planificación de medios de pago: del briefing a la activación
- 3.2. Definición de objetivos y selección de indicadores clave de rendimiento (KPIs)
- 3.3. Estrategia de canales: selección y combinación óptima de plataformas publicitarias
- 3.4. Planificación presupuestaria y distribución de la inversión publicitaria
- 3.5. Calendario de medios y planificación temporal de las campañas
- 3.6. Diseño de la estructura de cuentas publicitarias orientada al control y la escalabilidad
- 3.7. Integración de la estrategia de medios de pago con el plan de marketing global

4: PUBLICIDAD EN MOTORES DE BÚSQUEDA: GOOGLE ADS Y MICROSOFT ADVERTISING

- 4.1. Fundamentos del marketing en buscadores (SEM) y mecánica de las subastas
- 4.2. Investigación de palabras clave y planificación semántica de campañas
- 4.3. Campañas de búsqueda: configuración, estructura y mejores prácticas
- 4.4. Campañas de Shopping y Performance Max para comercio electrónico
- 4.5. Campañas de display y descubrimiento en la red de Google
- 4.6. Estrategias de puja: manual, automática e inteligente (Smart Bidding)
- 4.7. Herramientas de gestión y automatización dentro del ecosistema de Google Ads



5: PUBLICIDAD EN PLATAFORMAS SOCIALES: META ADS, TIKTOK ADS, LINKEDIN ADS Y OTROS CANALES

- 5.1. Principios estratégicos de la publicidad en redes sociales orientada a resultados
- 5.2. Meta Ads (Facebook e Instagram): configuración y gestión avanzada de campañas
- 5.3. TikTok Ads: estrategia, formatos y gestión de campañas en la plataforma
- 5.4. LinkedIn Ads: publicidad de rendimiento en el entorno profesional B2B
- 5.5. Otros canales sociales relevantes: Pinterest Ads, X Ads y Snapchat Ads
- 5.6. Gestión integral de campañas sociales multiplataforma

6: PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA Y COMPRA AUTOMATIZADA DE MEDIOS

- 6.1. Concepto, funcionamiento y cadena de valor de la publicidad programática
- 6.2. Modalidades de compra programática y tipos de acuerdos (deals)
- 6.3. Planificación y activación de campañas en plataformas de demanda (DSP)
- 6.4. Segmentación avanzada en entornos programáticos
- 6.5. Brand safety, fraude publicitario y calidad del inventario
- 6.6. Tendencias y evolución de la compra programática en el entorno post-cookie



7: PUBLICIDAD EN VÍDEO DIGITAL, AUDIO PROGRAMÁTICO Y FORMATOS EMERGENTES

- 7.1. El vídeo digital como canal de performance: YouTube Ads y más allá
- 7.2. Publicidad en plataformas de televisión conectada (CTV) y streaming
- 7.3. Publicidad en audio digital y podcasts
- 7.4. Formatos emergentes y nuevos entornos publicitarios de rendimiento
- 7.5. Criterios para la evaluación e incorporación de nuevos canales y formatos al media mix

8: CREATIVIDAD PUBLICITARIA ORIENTADA A LA CONVERSIÓN EN MEDIOS DE PAGO

- 8.1. El papel determinante de la creatividad en el rendimiento de las campañas
- 8.2. Principios de diseño de anuncios de alto rendimiento en entornos digitales
- 8.3. Redacción publicitaria (copywriting) orientada a la conversión
- 8.4. Producción de piezas creativas: imagen estática, vídeo y formatos interactivos
- 8.5. Páginas de destino (landing pages) como extensión de la estrategia creativa
- 8.6. Estrategia de testing creativo y metodología de iteración



9: MEDICIÓN, TRACKING Y MODELOS DE ATRIBUCIÓN EN CAMPAÑAS DE PERFORMANCE

- 9.1. Infraestructura de medición y tracking para campañas de medios de pago
- 9.2. Configuración del seguimiento de conversiones en las principales plataformas
- 9.3. Google Analytics 4 como herramienta central de medición de campañas
- 9.4. Modelos de atribución: conceptos, tipos y aplicación práctica
- 9.5. Desafíos actuales de medición: privacidad, consentimiento y pérdida de señal
- 9.6. Medición de incrementalidad y test de lift como complemento a la atribución

10: OPTIMIZACIÓN CONTINUA Y EXPERIMENTACIÓN EN CAMPAÑAS DE MEDIOS DE PAGO

- 10.1. Marco metodológico para la optimización sistemática de campañas
- 10.2. Optimización de la segmentación y las audiencias
- 10.3. Optimización de pujas y presupuestos
- 10.4. Experimentación mediante tests A/B y multivariante en plataformas publicitarias
- 10.5. Optimización del ratio de conversión (CRO) en la experiencia post-clic
- 10.6. Cuadros de mando y rutinas de monitorización para la gestión diaria



11: AUTOMATIZACIÓN, INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y ESCALADO DE CAMPAÑAS DE PERFORMANCE

- 11.1. El rol de la automatización y la inteligencia artificial en el performance marketing actual
- 11.2. Campañas automatizadas y basadas en inteligencia artificial de las plataformas
- 11.3. Herramientas de automatización para la gestión a escala de campañas
- 11.4. Inteligencia artificial generativa aplicada a la creación de anuncios y contenidos
- 11.5. Estrategias de escalado de campañas rentables
- 11.6. Evaluación crítica de la automatización: riesgos, limitaciones y papel del profesional

12: MARCO LEGAL, PRIVACIDAD DE DATOS Y GESTIÓN PROFESIONAL INTEGRAL DE CUENTAS DE MEDIOS DE PAGO

- 12.1. Marco regulatorio de la publicidad digital y la protección de datos
- 12.2. Gestión del consentimiento y su impacto operativo en las campañas
- 12.3. Políticas publicitarias de las plataformas y procesos de revisión de anuncios
- 12.4. Planificación económica y gestión presupuestaria de cuentas de medios de pago
- 12.5. Reporting profesional y comunicación de resultados a clientes y stakeholders
- 12.6. Flujos de trabajo, metodologías ágiles y gestión de equipos de performance
- 12.7. Tendencias de futuro y evolución profesional en performance marketing



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

