Modalidad Virtual

Ciencia de la Comunicación UAI

CURSO DE

# Publicidad en Redes Sociales

**Cómo invertir bien en redes sociales y multiplicar tus resultados.**

+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

## Duración: 15 horas.

## Días y horarios:

Del 13 al 27 de noviembre de 2025.
**Lunes de 19.00 a 21.00 Hs y Jueves de 19.00 a 22.00 Hs.**

## Modalidad: Virtual.

## Aranceles:

**Externos:**
Matrícula: $20.000.-
+ 1 pago de $80.000.-

**Comunidad UAI:**
Matrícula: $20.000.-
+ 1 pago de $60.000.-

## Dirigido a:

- Emprendedores y dueños de negocios que quieren promocionar sus productos o servicios en redes.
- Community Managers y Social Media Managers que buscan ampliar sus habilidades en pauta digital.
- Estudiantes de marketing, publicidad o comunicación digital.
- Freelancers y consultores que gestionan campañas para clientes.
- Equipos de ventas o ecommerce interesados en generar conversiones desde redes sociales.
- Diseñadores o creadores de contenido que colaboran en campañas publicitarias y quieren entender su lógica.

## Objetivos:

- Comprender el funcionamiento y los objetivos de las principales plataformas de Social Ads (Google Ads, Meta Ads, TikTok Ads).
- Aprender a crear campañas publicitarias desde cero, definiendo audiencias, formatos y presupuestos.
- Aplicar estrategias de segmentación avanzada y retargeting para optimizar el alcance y la conversión.
- Diseñar anuncios efectivos que combinen creatividad y rendimiento.
- Medir y analizar los resultados de las campañas utilizando métricas clave (CPM, CTR, CPA, ROAS).
- Optimizar campañas en función de datos reales, aplicando pruebas A/B y ajustes estratégicos.

## Evaluación: Actividades prácticas (trabajo con devolución oral).

## Fundamentación:

El curso de **Publicidad en Redes Sociales** ofrece una formación práctica y actualizada para crear, gestionar y optimizar campañas pagas en plataformas digitales. Se abordan desde los conceptos básicos hasta estrategias avanzadas, integrando herramientas como Google Ads, Meta Ads y TikTok Ads. Está orientado a quienes desean generar resultados reales a través de la publicidad digital, ya sea para marcas, productos o servicios. Cada clase incluye casos reales, ejercicios aplicados y análisis de métricas. Es ideal para perfiles con o sin experiencia previa en anuncios online.

## Enfoque general:

El curso propone un enfoque estratégico y operativo sobre la publicidad en redes sociales, combinando teoría y práctica. Se centra en la creación de campañas efectivas orientadas a distintos objetivos: visibilidad, tráfico, interacción y ventas. A lo largo de los encuentros, se exploran las plataformas más relevantes (Google, Meta, TikTok) y sus herramientas clave. El abordaje incluye segmentación, creatividad publicitaria, retargeting y análisis de resultados. Está diseñado para quienes buscan potenciar su presencia digital a través de anuncios bien planificados.

## Calendario de clases:

**Google Ads y YouTube**
Introducción a Google Ads: ecosistema y tipos de campañas.
Anuncios de búsqueda, display y video: diferencias y usos.
Publicidad en YouTube: formatos (in-stream, bumper, discovery).
Ejemplos de campañas efectivas en YouTube y la red de Google.

**Introducción al Social Ads: objetivos y plataformas**
¿Qué es Social Ads? Panorama general del ecosistema publicitario en redes.
Principales plataformas: Meta (Facebook e Instagram), TikTok, X, LinkedIn.
Objetivos publicitarios: alcance, tráfico, interacción, conversiones, ventas.

**Facebook & Instagram Ads desde cero**
Creación de cuenta en el Administrador de Anuncios de Meta.
Cómo crear campañas desde cero: paso a paso práctico.
Formatos publicitarios: imagen, carrusel, video, colección.
Segmentación básica por intereses, comportamiento y ubicación.

**TikTok Ads y video performance**
Introducción a TikTok Ads y su funcionamiento.
Cómo crear contenido atractivo y nativo en formato vertical.
Creatividad y storytelling en pocos segundos.
Análisis de rendimiento de campañas en TikTok.

**Segmentación avanzada y retargeting**
Profundización en audiencias personalizadas y similares (lookalike).
Segmentación por datos propios: listas de clientes, visitantes web.
Retargeting dinámico: cómo alcanzar a quienes ya interactuaron.
Estrategias de remarketing efectivas.

**Análisis de campañas y optimización**
Lectura e interpretación de métricas clave: CPM, CTR, CPC, CPA, ROAS.
Panel de resultados: qué datos mirar y cómo evaluarlos.
Optimización continua: ajustes en audiencia, presupuesto y creatividad.
Indicadores para tomar decisiones estratégicas de mejora.

## Director:

**José Abel Lemos.** Magister en Comunicación Digital.
Magister en Comunicación Digital por la Universidad de Andalucía España. Doctorando en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Licenciado en Periodismo Universidad Nacional de Lomas de Zamora, y tengo un Posgrado en Community Manager por la Universidad de Belgrano (UB). Actualmente se desempeña como docente en materias de UAI la Lic. en Videojuegos, la Lic. Tecnología Informática y Maestría en Tecnología Educativa.