

TEMARIO: Publicidad Digital



Profesora:
Leticia Quirque

INTRODUCCIÓN

1

- Presentación del curso.
- ¿Qué es la publicidad digital?
- Ventajas frente a medios tradicionales.
- Casos reales de emprendedores.
- Herramientas clave del ecosistema digital.

FUNDAMENTOS

2

- Embudo de conversión.
- ¿Qué es una audiencia?
- Cómo construir un Buyer Persona.
- Tipos de campañas según objetivos.
- Actividad práctica: crear tu buyer persona.

META ADS I

3

- Estructura de campañas (campaña, conjunto, anuncio).
- Tipos de objetivo.
- Audiencias personalizadas.
- Cuenta publicitaria y Píxel.

META ADS II

4

- Crear tu primera campaña.
- A/B testing de anuncios.
- Métricas clave en Meta Ads.
- Actividad: diseñar una campaña test.

GOOGLE ADS I

5

- Qué es Google Ads.
- Palabras clave, pujas y anuncios de texto.
- Crear una campaña básica de búsqueda.
- Herramientas gratuitas: Keyword Planner, Ubersuggest.

GOOGLE ADS II

6

- Red de Display (banners).
- Anuncios en YouTube.
- ¿Qué es el remarketing?
- Crear una campaña de video o imagen.
- Actividad práctica en Google Ads (modo demo).

TIKTOK

7

- ¿Cómo funciona TikTok Ads?
- Tipos de anuncios.
- Qué hace viral un video.
- Herramientas gratuitas: CapCut, TikTok Creative Center.

LINKEDIN ADS

8

- Cuándo usar LinkedIn.
- Segmentación profesional.
- Tipos de campaña.
- Casos de uso para servicios profesionales o nichos.



9

PINTEREST, SPOTIFY, X

- Exploración de redes menos tradicionales.
- ¿Cuándo conviene usarlas?
- Formatos de anuncios.
- Casos de campañas creativas con bajo presupuesto.

10

COMO DISEÑAR ANUNCIOS

- Principios del diseño publicitario.
- Psicología del color y tipografía.
- Herramientas: Canva.
- Taller: crear anuncio imagen + video.

11

PRESUPUESTO Y PLANIFICACIÓN

- Cómo fijar presupuesto por campaña
- Ejemplo real: desde \$10 USD al día.
- Planificador de campañas.
- Actividad práctica: simulador de presupuesto.

12

ANÁLISIS Y MÉTRICAS

- Qué medir en cada plataforma.
- ROI, ROAS, CTR, CPC, CPM.
- Herramientas: Google Looker Studio, Metricool.
- Armar tu primer reporte.

13

OPTIMIZACIÓN Y HACKS

- Qué hacer si la campaña no rinde.
- Herramientas: reglas automáticas, audiencias similares.
- Ajustes rápidos sin perder presupuesto.
- Checklist de buenas prácticas.

14

PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS

- Cómo armar un informe claro.
- Qué mostrar en una presentación.
- Herramientas: Canva Presentaciones, Loom, Google Slides.
- Taller: estructura de pitch.

15

CAMPAÑAS INTEGRADAS

- Cómo coordinar varias redes.
- Calendario de campañas.
- Actividad: planificar una campaña integrando 2-3 plataformas.
- Herramientas: Trello, Notion para organización.

16

CIERRE DE CURSO

- Revisión de aprendizajes.
- Hacks para cada plataforma publicitaria.
- Consejos para escalar campañas con poco presupuesto.
- Recursos gratuitos recomendados
- Próximos pasos.