

PROGRAMA

# CURSO CREACIÓN DE ANUNCIOS PARA GOOGLE Y META (2a Versión)

Formación Continua · PUCV

VICERRECTORÍA  
DE VINCULACIÓN  
CON EL MEDIO



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO  
UNIVERSIDAD ACREDITADA  
COMISIÓN NACIONAL DE Acreditación CNA-Chile  
7 AÑOS  
UNIVERSIDAD ACREDITADA  
DOCTORADO DE INGENIERÍA  
GESTIÓN INSTITUCIONAL  
DOCTORADO DE POSTGRADO  
INVESTIGACIÓN  
VINCULACIÓN CON EL MEDIO  
HASTA ABRIL 2025





PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

**FORMACIÓN CONTINUA PUCV**



[www.formacioncontinuapucv.cl](http://www.formacioncontinuapucv.cl)

## ANTECEDENTES GENERALES

Fecha de inicio

**10 DE AGOSTO  
2026**

Fecha de cierre

**07 DE SEPTIEMBRE  
2026**

Horas Totales

**25 HORAS**

> Modalidad Online con clases en vivo

Horario

Lunes y miércoles de 19:00 a 21:00 Hrs.

## DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El curso “Creación de Anuncios para Google y Meta” se concibe como una instancia formativa práctica y aplicada, orientada a entregar herramientas esenciales para el diseño, implementación y gestión de campañas publicitarias digitales. A través de una estructura modular, el programa aborda los fundamentos del marketing digital, la presencia online de las organizaciones y las principales plataformas de anuncios en el entorno digital, con énfasis en la aplicación inmediata de los conocimientos.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

El curso está dirigido a profesionales, emprendedores y personas interesadas en aprender a gestionar publicidad digital. No se requieren conocimientos previos en marketing digital.

## OBJETIVO DEL PROGRAMA

El objetivo general es que las y los participantes adquieran las competencias necesarias para crear y gestionar anuncios digitales propios, así como también comprender los criterios para encargar campañas a terceros, utilizando de manera efectiva plataformas como Meta Ads y Google Ads para potenciar la visibilidad y el crecimiento de sus proyectos o iniciativas.

## COMPETENCIAS

- Reconoce los fundamentos del marketing digital y su relevancia en el entorno actual.
- Diseña y gestiona campañas publicitarias en plataformas digitales básicas (Meta Ads y Google Ads).
- Evalúa y optimiza anuncios en función de métricas e indicadores de desempeño.
- Integra estrategias de comunicación digital coherentes con los objetivos de un proyecto o negocio.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Distingue las características del marketing digital frente al marketing tradicional.
- Identifica los elementos esenciales de una presencia online efectiva.
- Aplica los pasos básicos para crear y configurar anuncios en Meta Ads y Google Ads.
- Analiza métricas iniciales de desempeño de campañas digitales, proponiendo mejoras.
- Diseña y ejecuta una campaña publicitaria digital básica en el marco de un taller práctico.

# CONTENIDOS

## **MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL ENTORNO DIGITAL**

Contexto del marketing digital vs. marketing tradicional. Importancia de estar presente en internet. Casos de éxito. Conceptos básicos: audiencia, segmentación, conversión, ROAS.

## **MÓDULO 2: FUNDAMENTOS DE PRESENCIA ONLINE**

Diferencia entre redes sociales y sitio web. Elementos esenciales de una página web: propuesta de valor, botones de contacto, optimización móvil.

## **MÓDULO 3: PUBLICIDAD EN META ADS (FACEBOOK & INSTAGRAM)**

Uso y beneficios. Tipos de campañas. Creación básica de un anuncio. Ejemplo práctico: campaña de mensajes de WhatsApp.

## **MÓDULO 4: PUBLICIDAD EN GOOGLE ADS**

Funcionamiento de Google Ads. Diferencias entre Search y Display. Palabras clave, puja y anuncios de texto. Ejemplo práctico: campaña de contactos en sitio web.

## **MÓDULO 5: ESTRATEGIA Y PRESUPUESTO**

Definición de objetivos de campaña. Distribución de presupuesto. Métricas clave (CPC, CPM, CTR, conversiones). Errores comunes de principiantes.

## **MÓDULO 6: TALLER PRÁCTICO Y CIERRE**

Creación guiada de una campaña en Meta Ads o Google Ads. Medición de resultados iniciales. Tips de optimización. Cierre con asesoría personalizada.

## METODOLOGÍA

El curso se desarrolla en modalidad teórico-práctica, combinando sesiones expositivas con análisis de casos y ejercicios aplicados en plataformas digitales. Cada módulo contempla ejemplos contextualizados y un taller final que consolida el aprendizaje mediante la creación de una campaña completa.

## PLAN DE EVALUACIÓN

Para aprobar el curso, los participantes deberán:

- Asistir al menos al 80% de las sesiones.
- Desarrollar una campaña publicitaria básica en Meta Ads o Google Ads durante el taller práctico final.
- Presentar un breve informe de resultados iniciales y optimización de la campaña creada. La evaluación será cualitativa, con retroalimentación personalizada de los docentes.

## EQUIPO DOCENTE

**CRISTIAN  
DÍAZ**



Especialista en performance digital e ingeniero en marketing con amplia experiencia en la planificación, ejecución y optimización de campañas multicanal orientadas a resultados. Actualmente se desempeña como Paid Media Manager en iProspect Chile, donde lidera estrategias en Meta Ads, Google Ads, TikTok, Pinterest y LinkedIn, logrando incrementos notables en métricas clave y en la generación de leads calificados. Posee certificaciones de Meta y Google Ads, además de un manejo avanzado de herramientas analíticas como GA4 y Meta Business Suite.



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

FORMACIÓN CONTINUA PUCV 

[www.formacioncontinuapucv.cl](http://www.formacioncontinuapucv.cl)