PROGRAMA

Curso Creación de Anuncios para Google y Meta

Formación Continua · PUCV

VICERRECTORÍA DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO
UNIVERSIDAD ACREDITADA
NIVEL DE EXCELENCIA
DOCENCIA DE PREGRADO
GESTIÓN INSTITUCIONAL
DOCENCIA DE POSTGRADO
INVESTIGACIÓN
VINCULACIÓN CON EL MEDIO
HASTA ENERO 2028
Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile
7 AÑOS

PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO

FORMACIÓN CONTINUA PUCV

www.formacioncontinuapucv.cl

Antecedentes Generales

Fecha de inicio	Fecha de cierre	Horas Totales
06 de abril 2027	04 de mayo 2027	25 Horas

> Modalidad Online con clases en vivo

Horario

Martes y jueves de 19:00 a 21:00 horas.

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.

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.

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.

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.formacion**continuapucv**.cl