ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria



Curso de Formación Permanente

Publicidad en Redes Sociales: Planificación, Segmentación y Optimización de Campañas

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por

Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con este programa diseñado para profesionales que buscan dominar el ecosistema publicitario en plataformas sociales. En un entorno digital donde la inversión en social ads crece exponencialmente, contar con conocimientos actualizados y aplicables marca la diferencia entre campañas rentables y presupuestos desperdiciados. Desde ICUFOR te ofrecemos una formación práctica que responde a las demandas reales del mercado laboral en marketing digital.

A lo largo del programa, profundizarás en la planificación estratégica de campañas, desde el diagnóstico inicial hasta la definición de objetivos SMART alineados con resultados de negocio. Dominarás las técnicas avanzadas de segmentación, incluyendo audiencias personalizadas y lookalike, adaptándote al nuevo paradigma de privacidad post-iOS 14.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del ecosistema publicitario en redes sociales, identificando los modelos de negocio, las plataformas disponibles y su integración dentro de la estrategia de marketing digital global.

Dominar las estrategias de segmentación y targeting de audiencias, aplicando técnicas de audiencias personalizadas, similares y comportamentales adaptadas al contexto actual de privacidad y protección de datos.

Implementar la infraestructura técnica de medición de conversiones, configurando píxeles de seguimiento, APIs del lado del servidor y modelos de atribución que garanticen la fiabilidad de los datos obtenidos.

Elaborar informes profesionales de resultados publicitarios, utilizando herramientas de analítica y dashboards para comunicar insights y recomendaciones orientadas a la toma de decisiones.

Diseñar la planificación estratégica de campañas publicitarias, definiendo objetivos alineados con el negocio, estructurando la arquitectura de campañas y elaborando presupuestos y calendarios de ejecución.

Conocer las principales plataformas publicitarias y sus formatos de anuncio, diferenciando las particularidades creativas y técnicas de Meta Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads, YouTube Ads, Pinterest Ads y X Ads.

Aplicar metodologías de optimización continua de campañas, ajustando pujas, segmentaciones, creatividades y páginas de destino a partir del análisis de métricas de rendimiento y estrategias de retargeting y escalado.

Conocer el marco normativo y legal aplicable a la publicidad en redes sociales, identificando las obligaciones derivadas del RGPD, la Ley de Servicios Digitales y las políticas propias de cada plataforma.

Temario

01 Fundamentos del ecosistema publicitario en redes sociales y su papel en la estrategia de marketing digital

1.1. Evolución de la publicidad digital: del modelo tradicional de medios al paradigma de las redes sociales
1.2. El ecosistema de plataformas publicitarias sociales: panorama general y cuotas de mercado
1.3. Modelos de negocio publicitario en redes sociales: subastas, inventario y monetización de datos
1.4. Integración de la publicidad en redes sociales dentro del plan de marketing digital global
1.5. Terminología profesional esencial y métricas fundamentales del ecosistema publicitario social

Temario

02 Planificación estratégica de campañas publicitarias en redes sociales

2.1. Diagnóstico previo y análisis de situación como punto de partida de toda campaña publicitaria
2.2. Definición de objetivos publicitarios alineados con los objetivos de negocio
2.3. Diseño de la arquitectura de campañas: estructura jerárquica de campañas, conjuntos de anuncios y anuncios
2.4. Planificación del presupuesto publicitario: métodos de asignación y distribución temporal
2.5. Selección de plataformas y formatos en función del público objetivo, los recursos creativos y el presupuesto disponible
2.6. Elaboración del calendario de campaña y planificación de fases: lanzamiento, aprendizaje, escalado y cierre
2.7. Briefing publicitario para campañas en redes sociales: elementos esenciales y flujo de trabajo con equipos creativos

Temario

03 Segmentación de audiencias y estrategias avanzadas de targeting en plataformas publicitarias

3.1. Fundamentos de la segmentación publicitaria en redes sociales y su impacto en el rendimiento de campañas
3.2. Segmentación demográfica, geográfica y por intereses: configuración y buenas prácticas
3.3. Segmentación comportamental y por intención de compra en las principales plataformas
3.4. Audiencias personalizadas (custom audiences): creación, gestión y estrategias de aplicación
3.5. Audiencias similares (lookalike audiences): principios de modelización y configuración óptima
3.6. Estrategias de exclusión de audiencias y control de solapamiento entre conjuntos de anuncios
3.7. Segmentación en el contexto de la privacidad: impacto de iOS 14+, consentimiento de cookies y regulación de datos
3.8. Diseño de una estrategia de segmentación integral: combinación de audiencias frías, templadas y calientes a lo largo del embudo

Temario

04 Plataformas publicitarias, formatos de anuncios y producción creativa orientada a resultados

4.1. Meta Ads (Facebook e Instagram): estructura de la plataforma, formatos y mejores prácticas
4.2. TikTok Ads: oportunidades publicitarias y particularidades del formato de vídeo corto
4.3. LinkedIn Ads: publicidad dirigida al ámbito profesional y B2B
4.4. Publicidad en otras plataformas sociales relevantes: YouTube Ads, Pinterest Ads y X Ads (Twitter)
4.5. Principios de producción creativa orientada a la conversión en entornos sociales
4.6. Estrategias de testing creativo: metodologías para identificar los anuncios de mayor rendimiento

05 Implementación técnica, píxeles de seguimiento y sistemas de medición de conversiones

5.1. Infraestructura de medición: fundamentos técnicos del seguimiento de conversiones en publicidad social
5.2. Configuración e instalación del Meta Píxel y la API de Conversiones de Meta
5.3. Configuración de seguimiento de conversiones en TikTok, LinkedIn y otras plataformas
5.4. Gestión de etiquetas con Google Tag Manager aplicada a campañas en redes sociales
5.5. Modelos de atribución en publicidad social: ventanas de conversión y atribución multiplataforma

Temario

06 Optimización de campañas, gestión del presupuesto y escalado de resultados

6.1. El proceso de optimización continua: fases, métricas de referencia y toma de decisiones basada en datos
6.2. Optimización de la estrategia de pujas: pujas automáticas, manuales y estrategias de coste objetivo
6.3. Optimización de la segmentación y las audiencias durante la vida activa de la campaña
6.4. Optimización creativa basada en datos de rendimiento
6.5. Optimización de páginas de destino y flujos de conversión post-clic
6.6. Estrategias de retargeting y remarketing para la recuperación de usuarios en distintas fases del embudo
6.7. Escalado de campañas rentables: métodos para aumentar la inversión manteniendo la rentabilidad
6.8. Automatización de campañas y uso de herramientas de inteligencia artificial integradas en las plataformas

07 Analítica, reporting profesional y marco normativo de la publicidad en redes sociales

7.1. Métricas clave para la evaluación del rendimiento publicitario en redes sociales
7.2. Herramientas de analítica e integración de datos publicitarios para la elaboración de informes
7.3. Marco normativo y legal de la publicidad en redes sociales
7.4. Tendencias emergentes y evolución futura de la publicidad en redes sociales

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

