



## Guía Docente

Workshop	Estrategia de Social Ads					
Datos del Workshop	<b>TIPO</b> OP	<b>ECTS</b> 2	<b>SEMESTRE</b> Consultar programación	<b>PRESENCIAL</b> 100%	<b>IDIOMA</b> Catalán / Castellano	<b>CURSO</b> 2024-25

Los *workshops* son actividades formativas que el estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor	<p>Ves más de 100 anuncios cada hora, miles de anuncios cada día, ¿pero no sabes cómo funcionan? En este workshop entenderás que es SEM, que son los ADS y cómo crearlos. Algo indispensable para tu futuro profesional. Te cuento lo que aprenderás: ↓</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Veremos las plataformas en las que se pueden hacer anuncios y sus características.</li> <li>✓ Entenderás que es una segmentación y cómo se usan las palabras clave.</li> <li>✓ Abordaremos juntos el mundo de las posibilidades que tienen las plataformas de anuncios.</li> <li>✓ Analizaremos como definir los presupuestos de las campañas.</li> <li>✓ Revisaremos las posibilidades de optimización que tienen las plataformas.</li> <li>✓ Revisaremos las herramientas de creación de anuncios en <i>Facebook, Instagram, Tiktok y LinkedIn Ads</i>.</li> <li>✓ Acabarás entendiendo lo básico para crear tus propios anuncios.</li> </ul> <p>Este es un workshop que no te querrás perder, estoy seguro que te será de utilidad más pronto que tarde. No dejes de aprender sobre SEM y el mundo de los ADS.</p>
Contenido	<p>Tema 1: ¿Qué son los anuncios y cómo funcionan? En este primer tema veremos el funcionamiento de los anuncios, un glosario de términos y todos los conceptos básicos para entender cómo funcionan estas plataformas de pago:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análisis de los diferentes canales de publicidad.</li> <li>✓ Análisis de sus características y posibilidades.</li> <li>✓ Tips.</li> </ul> <p>Tema 2: Meta Ads y otras plataformas. En el segundo tema nos enfocaremos en la plataforma con más oportunidades: Meta Ads y veremos cómo se realizan los anuncios allí:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tipos de anuncios.</li> <li>✓ Segmentaciones Plataformas o canales.</li> <li>✓ Posibilidades de optimización.</li> <li>✓ Casos de éxito de Meta Ads.</li> <li>✓ Creatividad para la creación de anuncios.</li> </ul>
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;"><b>EVALUACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.</li> <li>• La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento.</li> </ul>



- Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

**SE COMPROMETE:**

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**  
*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*
- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
  - **Vía Moodle.**
  - **Personalmente en el aula.**

**EVALUACIÓN CONTINUADA**

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no se contemplan ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como <b>mínimo</b> en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos <b>EXCLUSIVAMENTE</b> si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	Creación de una campaña de marketing o comunicación de pago. Se desarrollará un plan con propuestas de realización y se elegirán elementos como: tipo de anuncios, segmentaciones, creatividades, estrategia, presupuesto y otros elementos de campañas. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un <b>máximo de 5</b> estudiantes.	El/la estudiante usará el ejercicio individual para llevar a cabo su plan: crearán los anuncios, escribirán los copys, elegirán palabras clave, crearán creatividades, probarán segmentos y otros elementos de campañas. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%



ESCOLA SUPERIOR DE  
RELACIONS PÚBLIQUES

centre  
adscriu



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

	(obligatoria)		
Bibliografia	Consultar el material del <i>workshop</i> .		