



Guía Docente

Workshop	Estrategia de Social Ads					
Datos del Workshop	TIPO OP	ECTS 2	SEMESTRE Consultar programación	PRESENCIAL 100%	IDIOMA Catalán / Castellano	CURSO 2025-26

Los *workshops* son actividades formativas que el/la 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"> ✓ Veremos las plataformas en las que se pueden hacer anuncios y sus características. ✓ Entenderás que es una segmentación y cómo se usan las palabras clave. ✓ Abordaremos juntos el mundo de las posibilidades que tienen las plataformas de anuncios. ✓ Analizaremos como definir los presupuestos de las campañas. ✓ Revisaremos las posibilidades de optimización que tienen las plataformas. ✓ Revisaremos las herramientas de creación de anuncios en <i>Facebook, Instagram, Tiktok y LinkedIn Ads</i>. ✓ Acabarás entendiendo lo básico para crear tus propios anuncios. <p>Este es un <i>workshop</i> que no te querrás perder, siendo su utilidad aplicable 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"> ✓ Análisis de los diferentes canales de publicidad. ✓ Análisis de sus características y posibilidades. ✓ Tips. <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"> ✓ Tipos de anuncios. ✓ Segmentaciones Plataformas o canales. ✓ Posibilidades de optimización. ✓ Casos de éxito de Meta Ads. ✓ Creatividad para la creación de anuncios.
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;">EVALUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante. • La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento.



- 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.*
El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).
- **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 mínimo en el 80% de las sesiones. Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual	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	El/la estudiante usará el ejercicio individual para llevar a cabo su plan: crearán los anuncios, escribirán los	30%



	máximo de 5 estudiantes.	copys, elegirán palabras clave, crearán creatividades, probarán segmentos y otros elementos de campañas. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
Bibliografía	Consultar el material del <i>workshop</i> .		