

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

Nombre del curso	Optativa IV (Meta Ads)				
Programa al que pertenece	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
Área de formación	Optativa abierta				
Clave de la materia	IH707		Créditos	6	
Horas totales del curso	60	Horas Teoría	30	Horas Práctica	30
Fecha de diseño del curso	19/03/2019		Fecha de actualización del curso	15/12/2025	

2. COMPETENCIA

El estudiante planifica estrategias digitales enfocadas en Meta Ads, para una organización, mediante la creación y medición de campañas publicitarias, que ayuden al cumplimiento de los objetivos de negocio, optimizando todos los procesos para que las inversiones publicitarias en la plataforma sean eficientes y asequibles.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Conformación de una estrategia de contenido e inversión publicitaria, integrando y presentando elementos y procesos para su desarrollo e implementación.
--------------------	--

4. RECORTE DE CONTENIDO

	Tema 1	Tema 2	Tema 3	Tema 4	Tema 5
Título	Introducción a Meta Ads	La importancia de la segmentación de mercado	Aplicar los requerimientos técnicos para configurar y generar campañas publicitarias en Meta Ads	Evaluación de campañas en Meta Ads	Estrategia Digital en Meta Ads
Objetivo	Reconocer los elementos	Distinguir opciones y herramientas de	Distinguir los tipos de mercados, así	Identificar la forma adecuada de	Desarrollar una estrategia digital





conceptuales y técnicos de la herramienta Meta Ads

segmentación de mercado para llegar a su público objetivo.

como la importancia de la competitividad.

evaluar campañas publicitarias en Meta Ads para la toma de decisiones y optimización de anuncios.

como parte fundamental para la definición de una campaña publicitaria en Meta Ads.





<p>Contenido</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencia entre Meta Ads y Business Suite. • Generalidades sobre Meta Ads: términos y generalidades. • Tipos de anuncios Meta Ads. • Configuración básica del Business Manager: cuentas publicitarias, pixeles, catálogos y eventos. • Integraciones CRM, Grupos de activos, líneas de negocio y perfiles de Instagram y WhatsApp integrado. • Configuración avanzada del Business Manager: administración de cuentas con 	<ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la segmentación en Meta Ads. • Segmentación avanzada en Meta Ads: Creación de públicos personalizados. • Similar (look alike) 	<p>Estructura de campañas en Meta Ads</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campañas • Grupos de anuncios • Anuncios <p>Creación de contenidos para campañas</p> <p>Campañas publicitarias en Meta Ads</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campañas de reconocimiento • Campañas de consideración • Campañas de conversión 	<ul style="list-style-type: none"> • Métricas de pauta básicas y avanzadas, cómo leerlas y qué significan. • Análisis de métricas dentro del Ads Manager de Meta Ads. • Optimización de campañas en Meta Ads. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de contenido e inversión publicitaria.
-------------------------	---	---	--	--	---





socios
comerciales,
agencias y
clientes.

- Configuración de formas de pago.
Complementos del sistema:
ubicaciones del negocio,
formulario de clientes potenciales.





5. PRERREQUISITOS

Obligatorios	Ninguno
Recomendados	Ninguno

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado en mercadotecnia digital, mercadotecnia, comunicación o áreas afines, que cuente con conocimientos sobre configuración de campañas en Meta Ads, segmentación de mercados, análisis de métricas y desarrollo de estrategias de contenido e inversión publicitaria.

