CENACE
Unidad de Educación Continua UPSA

CURSO:

META ADS
CON PROPÓSITO



GESTIÓN EMPRESARIAL

INFORMACIÓN IMPORTANTE

Fechas: Del 01 al 10 de diciembre de 2026

Sesiones: Martes y jueves

Horario: De 19:00 a 22:00 hrs.

Modalidad: Presencial u online

Inversión: Bs. 1,100.-

Inscribite aquí: https://formularios.upsa.edu.bo/formCenaceRegistro/?curso=12492

Contacto: Nekane Talavera

Cel. 62102179 - email: **contactocenace@upsa.edu.bo**

OBJETIVO

Objetivo general

Que el participante comprenda los fundamentos del marketing y el marketing digital, y sea capaz de diseñar, construir y ejecutar campañas de Meta Ads estratégicamente alineadas a objetivos de negocio, midiendo los KPIs correctos en cada etapa del embudo.

Objetivos específicos

- Comprender los fundamentos del marketing, el marketing digital y el embudo de conversión.
- Identificar dónde la inteligencia artificial aporta valor real en el proceso de marketing.
- Construir y ordenar un Business Manager de Meta: Página, Píxel, cuenta publicitaria y accesos.
- Seleccionar el objetivo de campaña correcto según la etapa del embudo y el tipo de negocio.
- Estructurar campañas, conjuntos de anuncios y audiencias en Meta Ads Manager.
- Crear anuncios efectivos usando inteligencia artificial como asistente de copywriting.

CENACE
Unidad de Educación Continua UPSA

CURSO:

META ADS
CON PROPÓSITO



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Leer e interpretar los KPIs que importan según cada objetivo de campaña.
- Dejar una campaña propia lista para lanzar, con un plan de acción de 7 días.

PÚBLICO OBJETIVO

Profesionales, emprendedores y dueños de negocio con poca o ninguna experiencia previa en marketing, que necesitan aprender desde cero a construir y ejecutar campañas de Meta Ads con criterio estratégico. No se requiere experiencia técnica previa en publicidad digital.

CARGA HORARIA

12 horas reloj.

METODOLOGÍA

Taller teórico-práctico con enfoque 100% aplicado. Al ser un grupo mayormente nuevo en marketing, la primera sesión nivela fundamentos con ejemplos y casos reales; las sesiones siguientes son prácticas: cada participante construye su propio Business Manager y ejecuta una campaña real —o un caso asignado— paso a paso, con acompañamiento directo del instructor.

Medios utilizados:

- Presentación en PowerPoint
- Demostraciones en vivo en Meta Ads Manager
- Casos reales de marcas latinoamericanas
- Herramientas de inteligencia artificial aplicadas en tiempo real
- Plantillas descargables: checklist de Business Manager, plantilla de prompts de IA, checklist de salud de campaña
- Ejercicios individuales y grupales con acompañamiento del instructor

CENACE
Unidad de Educación Continua UPSA

CURSO:

META ADS
CON PROPÓSITO



GESTIÓN EMPRESARIAL

CERTIFICACIÓN

En respuesta a la era de la Transformación Digital, integramos las credenciales digitales con tecnología Blockchain en el reconocimiento de logros adquiridos por los participantes de nuestras capacitaciones de Educación Continua, destacándonos como pioneros en Bolivia.

Este curso ofrece un certificado digital de asistencia con tecnología Blockchain, que reconoce las habilidades y conocimientos adquiridos; para obtenerlo, es necesario completar el curso cumpliendo con el requisito de una asistencia mínima del 80%.

Además, los participantes que elijan la modalidad online (si el curso aplica), deben tomar en cuenta solo se considerará asistencia si se encuentran en la clase con la cámara prendida.

Este tiene las siguientes características:

- **Metadatos Integrados:** Cada credencial digital contiene datos que describen la información clave de la certificación, incluidos los criterios de otorgamiento.
- **Tecnología Blockchain:** Esta tecnología proporciona un registro inmutable y seguro de cada credencial emitida, lo que impide su falsificación o alteración.
- **Verificación en tiempo real:** Puede ser verificada en tiempo real a través de un enlace web o un código QR.
- **Socialización:** El titular puede compartir sus credenciales directamente en plataformas profesionales como LinkedIn, en redes sociales o incluirlas en sus firmas de correo electrónico.

CONTENIDO

Bloque 1 — Fundamentos: Marketing, Marketing Digital y Embudo de Conversión

Qué es el marketing y por qué importa

- El marketing no es publicidad ni "postear en redes": crear, comunicar y entregar valor
- Las 4P como punto de partida — y por qué hoy no alcanzan



- El error más común de las pymes latinoamericanas: vender antes de entender al cliente

El ecosistema del marketing digital

- Owned, earned y paid media: qué es cada uno y cómo se combinan
- Por qué "estar en redes" no es una estrategia
- El rol específico de Meta Ads dentro del ecosistema digital

El embudo de conversión (TOFU – MOFU – BOFU)

- Por qué nadie compra en el primer contacto
- Qué contenido y qué oferta corresponden a cada etapa del embudo
- El error de "vender directo" a audiencias frías

Inteligencia artificial aplicada al marketing

- Dónde la IA ahorra tiempo real hoy: research, copywriting, imágenes, análisis
- Meta Advantage+ como inteligencia artificial nativa de la plataforma
- Lo que la IA no reemplaza: la estrategia y el criterio

Ejercicio práctico: Cada participante define su mini-embudo (TOFU, MOFU, BOFU) para su propio negocio o un caso asignado, y genera con IA generativa tres variantes de copy para la etapa TOFU.

Bloque 2 — Construcción del Business: Componentes y Configuración

Meta Business Suite / Business Manager

- Diferencia entre perfil personal, Página y Business Manager
- Business Manager como caja fuerte de activos, accesos y facturación
- Por qué configurarlo bien una sola vez evita perder el control del negocio

Activos de audiencia y contenido



- Página de Facebook/Instagram: la cara pública del negocio
- Catálogo de productos para e-commerce y retargeting dinámico

Activos de medición

- Píxel de Meta y Conversions API: qué miden y por qué importan
- Eventos de conversión: cómo elegir qué acción se está midiendo

Activos de ejecución y accesos

- Cuenta publicitaria (Ad Account): dónde vive el presupuesto
- Roles y permisos: administrador, anunciante, analista
- Métodos de pago y buenas prácticas de seguridad

Ejercicio práctico: Cada participante crea o audita su propio Business Manager (o un caso asignado), deja su Página vinculada, sus accesos ordenados y su Píxel instalado, siguiendo un checklist de "Business Manager saludable".

Bloque 3 — Objetivos de Campaña, Estructura y Audiencias

Los objetivos de Meta Ads

- Reconocimiento, Tráfico, Interacción, Clientes potenciales y Ventas: para qué sirve cada uno
- Cómo mapear cada objetivo a una etapa del embudo
- El error de elegir "Ventas" con audiencia fría

Estructura de campaña

- Jerarquía Campaña > Conjunto de anuncios > Anuncio
- Presupuesto diario vs. de por vida (ABO vs. CBO)
- Estrategias de puja y fase de aprendizaje del algoritmo

Segmentación de audiencias



- Audiencias guardadas, personalizadas y similares (lookalike)
- Ubicaciones automáticas vs. manuales
- Cuando vale la pena segmentar manualmente

Ejercicio práctico: Cada participante arma en Ads Manager (modo borrador) su primera campaña completa —objetivo, conjunto de anuncios, audiencia y presupuesto— para su negocio o el caso asignado.

Bloque 4 — Creativos, Ejecución por Objetivo y KPIs que Importan

Creativos que convierten

- Formatos: imagen única, carrusel, video, colección — cuándo usar cada uno
- Anatomía de un buen anuncio: hook, cuerpo, llamado a la acción
- Copywriting asistido por IA: prompts efectivos para generar variantes de copy

Ejecución de anuncios por objetivo

- Configuración del anuncio: CTA, destino del clic, formato
- Políticas de Meta: motivos comunes de rechazo y cómo evitarlos

KPIs que importan

- CPM, CTR, CPC, CPA, ROAS y frecuencia: qué significa cada uno en español simple
- Qué KPI mirar según el objetivo elegido
- Señales de alerta: fatiga de anuncio, CPM disparado, audiencia saturada

Cierre y plan de acción

- Checklist de salud de campaña para revisar semanalmente
- Recursos y herramientas para seguir aprendiendo

CENACE
Unidad de Educación Continua UPSA

CURSO:

META ADS
CON PROPÓSITO



GESTIÓN EMPRESARIAL

Ejercicio práctico / Entregable final: Cada participante deja publicada o lista su primera campaña con anuncio, y define su plan de acción de 7 días — qué va a lanzar u optimizar y qué KPI va a monitorear.

INSTRUCTOR

Edmundo Rodríguez

Estratega senior de marketing con más de 15 años de experiencia en campañas digitales, creatividad y desarrollo de contenido en América Latina y Estados Unidos.

Es socio y director de SWIITCH, agencia especializada en estrategia, branding y marketing digital. A lo largo de su trayectoria ha asesorado a marcas multinacionales, medios de comunicación, emprendimientos y proyectos educativos, desarrollando estrategias orientadas a resultados, creatividad e innovación.

Asimismo, ha impartido talleres y programas de capacitación para universidades, cámaras de comercio y empresas líderes de diversos sectores, consolidando una destacada experiencia en formación y consultoría en marketing estratégico y transformación digital.