

SEM ON GOOGLE ADS: RED DE BÚSQUEDA**CÓDIGO**
11B04C03**AUTOR**
Elena Charameli**DURACIÓN ESTIMADA**
10 h**NIVEL DE FORMACIÓN**
Medio/Avanzado**Dirigido a**

Profesionales del sector de la comunicación, del marketing, empresarios individuales, que quieran conocer o mejorar sus estrategias de posicionamiento web, mediante herramientas de pago, con un especial énfasis en desarrolladores y creadores de contenido web.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno se introducirá en el SEM y posicionamiento de pago con Google Adwords y Analytics, abarcando aspectos como el seguimiento de conversiones en Google Ads, la planificación de campañas y estudios de palabras clave, así como la creación de campañas de búsqueda en Google Ads.

COMPETENCIAS

1. Saber crear e instalar diferentes tipos de conversiones para medir el número de objetivos cumplidos con las campañas.
2. Vincular Google Analytics y Google Ads. Esto permitirá a los anunciantes mejorar sus campañas y a tener informes más completos y avanzados.
3. Saber Planificar y estructurar campañas de búsqueda en Google Ads usando el planificador de palabras clave.
4. Cómo configurar una campaña de búsqueda desde cero para aparecer en las primeras posiciones de Google.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Conocer el proceso mediante el cual se miden las conversiones en el sitio web.
2. Vinculación de Google Analytics y Google Ads.
3. Saber crear una estructura de campañas, grupos y anuncios, coherente a tus objetivos.
4. Desarrollar de inicio a fin una campaña del tipo red de búsqueda.

CONTENIDOS

Unidad 1. El seguimiento de conversiones en Google Ads.

1. Tipos de conversiones.
2. Preparamos nuestro sitio Web para el seguimiento de conversiones.
3. El seguimiento de conversiones: la instalación de etiquetas.
 - 3.1 Para crear una conversión debemos completar los apartados.

Unidad 2. Google Ads y Analytics.

1. ¿Qué es un embudo de conversión y cómo nos ayuda Google Analytics en nuestra estrategia SEM?
2. Cómo vincular Google Analytics y Google Ads.
3. Crear e importar audiencias de Analytics a Google Ads para el remarketing.
4. Cómo importar objetivos de Google Analytics a Google Ads.
5. Informes útiles y optimización de campañas.

Unidad 3. Planificar campañas y estudios de palabras clave.

1. Estructuras de campaña. ¿Cuántas campañas y grupos debo hacer?
2. Herramientas para hacer estudios de palabras clave.
 - a. Planificador de palabras clave.
3. Usos y ventajas de las palabras clave long tail para las primeras campañas o cuentas con poco presupuesto.
4. SET UP de una campaña de búsqueda y grupos de anuncios.

Unidad 4. Crear campañas de búsqueda en Google Ads.

1. Ajustes avanzados en la segmentación de la campaña.
 - 1.1 Las pujas.
 - 1.2 Opciones de ubicación geográfica.
 - 1.3 Audiencias en campañas de búsqueda.
2. Creación avanzada de grupos de anuncios: concordancias.
 - 2.1 ¿Qué son las concordancias?
 - 2.2 Concordancias Básicas: amplia y negativa.
 - 2.3 Concordancias avanzadas: amplia modificada, frase, exacta.