

CÓDIGO 11B04C02	AUTOR Elena Charameli	DURACIÓN ESTIMADA 12 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 aprenderá a crear campañas abarcando aspectos como la creación de cuentas publicitarias, el seguimiento de conversiones en Google Ads, la planificación de campañas y estudios de palabras clave, campañas de búsqueda en Google Ads, así como campañas de Branding: el Display y Youtube.

COMPETENCIAS

1. Configuración de una cuenta publicitaria y funciones más importantes para saber manejarse por el panel de cara la creación de campañas.
2. Saber crear e instalar diferentes tipos de conversiones para medir el número de objetivos cumplidos con las campañas.
3. Saber Planificar y estructurar campañas de búsqueda en Google Ads usando el planificador de palabras clave.
4. Saber configurar ajustes de una campaña de búsqueda para mejorar el ranking de nuestros anuncios.
5. Creación de campañas de Display y Youtube para atraer tráfico web y aumentar la notoriedad de marca.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Tener habilitada una cuenta MCC y una cuenta individual de Google Ads.
2. Conocer el proceso mediante el cual se miden las conversiones en el sitio web.
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.
5. Crear una campaña de display desde cero según tu objetivo.

CONTENIDOS

Unidad 1. Creación de Cuentas publicitarias

1. Cómo crear cuentas publicitarias en Google Ads
2. Cómo funciona un MCC: Crear o vincular cuentas existentes
3. Métodos de pago y códigos promociones
 - 3.1 Los códigos promociones (cupones)
4. El menú, niveles y apartados en una cuenta de Google Ads

Unidad 2. El seguimiento de conversiones en Google Ads

1. Preparamos nuestro sitio Web para el seguimiento de conversiones
2. Tipos de conversiones
3. El seguimiento de conversiones: la instalación de etiquetas
 - 3.1 Sin Usar Google Tag Manager (consejo: pide ayuda a tu programador/diseñador)
 - 3.2 Usando Google Tag Manager
 - 3.3 Para crear una conversión debemos completar estos apartados

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
 - 2.1 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
5. SET UP de anuncios adaptables de búsqueda
 - 5.1 PROMPT para CHAT GPT Ideas para Títulos y Descripciones de anuncio

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 Otras concordancias frase, exacta

Unidad 5. Campañas de branding: el display y Youtube

1. Creación de campañas de display
 - 1.1 ¿En qué casos recomendamos usar la red de display?
 - 1.2 ¿Cómo combinar la búsqueda y el display?
 - 1.3 Métricas de Visibilidad y Cobertura en la red de Display
2. Siete acciones de optimización en display

