

**SEM ON GOOGLE ADS: RED DE BÚSQUEDA**

<b>CÓDIGO</b> 11B04C03	<b>AUTOR</b> Elena Charameli	<b>DURACIÓN ESTIMADA</b> 10 h	<b>NIVEL DE FORMACIÓN</b> 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. Saber configurar ajustes de una campaña de búsqueda para mejorar el ranking de nuestros anuncios.

**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. 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 2. Google Ads y Analytics

1. ¿Qué es un embudo de conversión y cómo nos ayuda GA4 en nuestra estrategia SEM?
2. Cómo vincular Google Analytics, GA4 y Google Ads
3. Crear e importar audiencias de Analytics 4 (GA4) a Google Ads para el remarketing
4. Cómo importar objetivos de Google Analytics a Google Ads
5. Informes útiles y optimización de campañas
6. ¿Qué pasa si no tienes datos suficientes de tráfico o histórico de campañas? ¿Cómo puedes practicar y aprender GA4?

## 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