

HERRAMIENTAS SEM EN MARKETING DIGITAL

CÓDIGO 11B04C04	AUTOR Elena Charameli	DURACIÓN ESTIMADA 5 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 las herramientas SEM abarcando aspectos como la planificación de campañas y estudios de palabras clave, así como las características de las alternativas SEM de pago y privadas.

COMPETENCIAS

1. Saber Planificar y estructurar campañas de búsqueda en Google Ads usando el planificador de palabras clave.
2. Conocer buenas prácticas y check list final de herramientas de gestión y optimización de campañas para convertirte en el mejor SEM Manager.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber crear una estructura de campañas, grupos y anuncios, coherente a tus objetivos.
2. Investigar a los competidores.

CONTENIDOS

Unidad 1. 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 2. Herramientas SEM que te harán la vida más fácil

1. Herramientas de Google Ads.
 - 1.1 Planificador de rendimiento
 - 1.2 Vista previa y diagnóstico de anuncios
 - 1.3 Google Ads Editor
 - 1.4 La API de Google Ads
 - 1.5 Biblioteca de recursos y Editor de vídeos para Youtube, Display, Demand Gen
2. Otras herramientas de palabras clave
3. Otras herramientas SEM
 - 3.1 Para hacer auditorías o gestión de campañas
 - 3.2 Para crear informes y/o propuestas SEM
 - 3.3 Para espiar competidores

