

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: SEM on Google Ads: Creación de campañas (parte práctica)

Duración: 30h

Modalidad: Online

Objetivo

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.

Contenido

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. 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 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.

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.

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. La red de display tiene sus propias métricas.
2. Seis acciones de optimización en display.