



# SEM ON GOOGLE ADS: CREACIÓN DE CAMPAÑAS

DURACIÓN: 12 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

#### **OBJETIVOS**

- 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. Cómo configurar una campaña de búsqueda desde cero para aparecer en las primeras posiciones de Google.
- 5. Creación de campañas de Display y Youtube para atraer tráfico web y aumentar la notoriedad de marca.

#### **PROGRAMA 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.
- a. 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.
  - 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.

# 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.