

## SEM ON GOOGLE ADS: ANALÍTICA Y OPTIMIZACIÓN

<b>CÓDIGO</b> 11B04C05	<b>AUTOR</b> Elena Charameli	<b>DURACIÓN ESTIMADA</b> 7 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 aprenderá los conceptos de analítica y optimización abarcando aspectos como el seguimiento de conversiones en Google Ads, la vinculación entre Google Analytics y Google Ads, así como la optimización de campañas de búsqueda y las pujas.*

## 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. Optimización de campañas de búsqueda y las pujas Smart Bidding para mejorar la tasa de conversión de las campañas.

## 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. Aumentar el CTR, las posiciones y el ROI de las campañas.

## CONTENIDOS

Unidad 1. 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.

**SEM ON GOOGLE ADS: ANALÍTICA Y OPTIMIZACIÓN**

## Unidad 2. Google Ads y Analytics.

1. ¿Qué es un embudo de conversión y cómo nos ayuda Google Analytics en nuestra estrategia SEM?
2. Cómo vincular Google Analytics y Google Ads.
3. Crear e importar audiencias de Analytics a Google Ads para el remarketing.
4. Cómo importar objetivos de Google Analytics a Google Ads.
5. Informes útiles y optimización de campañas.

## Unidad 3. Primera optimización de una campaña.

1. Optimización de puja automática vs ajustes de puja de palabras clave con CPC Manual.
2. Optimización de la estructura de la campaña.
  - 2.1 Conclusiones y cambios en la campaña para la optimización.
3. Optimización de palabras clave con el informe de términos de búsqueda.
4. Optimización de anuncios.
  - 4.1 ¿Qué son las extensiones de anuncio?
5. Optimización de segmentación
  - 5.1 Informe de ubicación, datos demográficos y dispositivos.
  - 5.2 Informe de programación y ajustes de calendario.