

# Técnico en AdWords Online

## PRESENTACIÓN

Actualmente existen muchas personas y empresas que saben cómo funciona Google AdWords pero hay muy pocos que conocen de manera profesional **la herramienta de marketing más revolucionaria de los últimos años**; el sistema que ha permitido posicionar la marca de multitud de empresas en el mercado publicitario y consolidarse como líderes mundiales en su área.

## OBJETIVO DEL CURSO

El curso **Técnico de AdWords** pretende ampliar de manera exhaustiva los conocimientos básicos, mediante casos prácticos y participativos, para que se puedan aplicar tanto en el ámbito empresarial y/o particular, sacándole el mayor rendimiento al sistema de publicidad patrocinado de Google.

Nuestro principal objetivo es formar alumno para que conozca todas las funciones y trucos de esta herramienta y pueda gestionar eficazmente las campañas de publicidad. Al acabar el curso, la persona podrá trabajar como técnico en AdWords.

## ESTRUCTURA DEL CURSO

### 1. Introducción a Google AdWords:

- a) Google AdWords:  
Resumen de qué es Google AdWords
- b) Funciones básicas de AdWords:  
Definiciones básicas
- c) Establecimiento de precios y *ranking*:  
Fórmulas  
Caso práctico
- d) Estructura básica de una cuenta
- e) Visión general de la cuenta:  
Cómo navegar por AdWords  
Cómo navegar en una cuenta MCC
- f) Organización de la cuenta:  
Cómo organizar una cuenta  
Caso práctico
- g) Utilización de diferentes formatos de anuncios:  
Qué formatos de anuncios existen  
Caso práctico
- h) Concordancia de las *keywords*:  
Tipos de concordancia  
Qué concordancia tengo que utilizar  
Caso práctico
- i) Red de búsqueda y red de contenido:  
Qué es  
Qué diferencia hay  
Cómo se utiliza  
Caso práctico
- j) Segmentación por idiomas y países:  
Cómo funciona  
Caso práctico

## Técnico en AdWords Online

### 2. Rendimiento de las campañas:

- a) Conceptos de la calidad y el rendimiento:
  - Conocer el efecto de la calidad en AdWords
  - Cómo analizar el rendimiento
  - Caso práctico
- b) Conversiones:
  - Qué son las conversiones
  - Especificar nuestro objetivo
  - Cómo generar el código
  - Dónde insertar el código
  - Caso práctico
- c) Informes:
  - Diferentes tipos de informes
  - Caso práctico
- d) Costes y facturación:
  - Control de costes
  - Ciclo de facturación
  - Conceptos básicos sobre facturación
  - Caso práctico

### 3. Ejercicio práctico:

- a) Abrir una cuenta y hacer una campaña

### 4. Herramientas de AdWords:

- a) Herramientas de la cuenta:
  - Herramientas para palabras clave
  - Exclusión de sitios y categorías
  - Optimizador de campañas
  - Palabras clave negativas de la campaña
  - Caso práctico
- b) Herramientas de análisis:
  - Estimador de tráfico
  - Caso práctico

### c) Herramienta editor de AdWords:

- Qué es
- Cómo funciona
- Caso práctico

### d) Google Insights:

- Qué es
- Para qué sirve
- Cómo funciona
- Caso práctico

### e) Google AdPlanner:

- Qué es
- Para qué sirve
- Cómo funciona
- Caso práctico

### 5. Optimización:

#### a) Google Analytics:

- Análisis del historial
- Integración AdWords con Analytics
- Caso práctico

#### b) Google Optimizer:

- Qué es Google Optimizer
- Cómo utilizar Google Optimizer en AdWords
- Caso práctico

#### c) Diseño de anuncios:

- Cómo diseñar anuncios eficaces
- Cómo estructurar los diferentes formatos de anuncio
- Qué formato escoger
- Caso práctico

#### d) Landing page de destino:

- Cómo tiene que ser la Landing Page de destino
- Estadísticas a tener en cuenta
- Caso práctico

# Técnico en AdWords Online

- e) Campañas, grupos de anuncios y *keywords*:
  - Cómo optimizar la cuenta
  - Caso práctico
- f) Competencia:
  - Analizar la competencia
  - Caso práctico
- g) Informes:
  - Cómo analizar informes
  - Caso práctico
- h) 10 errores que no debemos cometer

## 6. Ejercicio práctico:

- a) Analizar qué errores hay en una campaña y una vez sacadas las conclusiones hacer la campaña correctamente.

## 7. Temas específicos de Google AdWords:

- a) Anuncios *display*:
  - Qué son
  - Cómo crear anuncios *display* “ejemplo práctico”
  - Caso práctico
- b) El nuevo interfaz de AdWords:
  - Qué cambios se han hecho
  - Cómo navegar con el nuevo interfaz
  - Caso práctico
- c) Campañas de red de contenido en YouTube:
  - Estadísticas a tener en cuenta para anunciarse en YouTube
  - Cómo anunciarse en YouTube
  - Caso práctico

## 8. Trabajo final:

- a) Ejercicio práctico donde se aplicará toda la teoría y la práctica del curso

## METODOLOGÍA DEL CURSO

Es un curso práctico online de **3 meses** de duración donde el alumno dispone de un Campus Virtual con diferentes herramientas de trabajo para su aprendizaje: cuenta con un tutor experto y personalizado, material completo, casos prácticos, cuestionarios para medir el aprendizaje del alumno, un Foro en el que los alumnos pueden interactuar e intercambiar experiencias, etc...

Formación compatible con el trabajo y la vida personal. El alumno estudia y aprende a su ritmo, con horarios flexibles y sin desplazamientos.

Hemos trabajado para empresas como Caixa Penedés, Caixa Nova, DKV Seguros, Gran Casino de Barcelona, Portalmix, Sirius, Universitat Autònoma de Barcelona, Diputación de Tarragona...


## DURACIÓN Y PRECIO

**Modalidad:** Online

**Duración:** 3 meses

**Precio:** 450 €

**Grupos:** reducidos



**VENTAJAS**

- Campus Virtual ✓
- Foro de debate ✓
- Tutor personalizado ✓
- Curso práctico ✓