



Google Ads y Google Analytics

Curso Virtual

El curso de Google Ads y Analytics, situado en el nivel intermedio y avanzado, ha sido diseñado para proporcionar a los estudiantes conocimientos avanzados en la optimización y aprovechamiento de la plataforma publicitaria de Google ADS.

Nuestros alumnos adquirirán habilidades en el uso de herramientas avanzadas, tales como la optimización de pujas, segmentación de audiencia, automatización de campañas, remarketing y el análisis profundo de datos generados por las campañas publicitarias mediante Google Analytics. Este enfoque integral permitirá a los futuros estudiantes mejorar significativamente la eficacia, rentabilidad y posición de sus sitios web mediante estrategias publicitarias más efectivas.

Logro del curso

- Desarrollarás tus propias campañas digitales con el objetivo de medir los resultados de un sitio web y optimizarás la gestión de anuncios. Este proceso implicará la creación de una estrategia multifacética, la identificación de oportunidades de mejora y la aplicación efectiva de la herramienta Google Analytics 4.

¿A quiénes va dirigido?

Dirigido a Profesionales de marketing y publicidad que han trabajado con Google Ads anteriormente y buscan mejorar su conocimiento de las funcionalidades avanzadas de la plataforma y el análisis de datos.

Requisitos:

- Conocimiento básico de excel - spreadsheet.
- Deseable:
 - Google data studio.
 - Conocimientos básicos de Google ADS.
 - Conocer conceptos básicos de marketing digital

Plan de estudios

48 horas académicas (2 meses aprox)

Módulo 1

EXPLORACIÓN DE GOOGLE ADS Y ANALYTICS PARA LA CREACIÓN DE CAMPAÑAS DIGITALES

Aplica Keywords y el análisis de métricas a través de la elaboración de campañas digitales, para optimizar diferentes audiencias en Google.

- A. Introducción a Google Ads y Google Analytics.
 - ¿Qué es y cómo funciona Google Analytics y Google Ads?
 - Conceptos previos antes de crear una campaña en Google Ads
 - Niveles de acceso a Google Ads y configuración de la cuenta. ¿Qué son las conversiones?
 - Instalación del código y enlace con Google Analytics
- B. Configuración y gestión de campañas publicitarias
 - Tipos de campaña, objetivos y segmentación.
 - Campañas de Google Ads: Búsqueda, display, video y shopping
 - Configuración y diseño de campañas de conversión
 - Diseño de campañas en Remarketing y audiencia
- C. Extensión de creación en campañas y herramientas de búsqueda
 - Planificador de palabras clave (Análisis de keywords)
 - Pilares de agrupación de Keywords
 - Extensión en llamada, mensaje, ubicación, precio, aplicación, promociones Google editor
 - Dynamic Search Ads (Anuncios de búsqueda dinámica)
- D. Métricas digitales – Retorno de la inversión
 - Métricas para conversiones, marketing digital, redes sociales
 - Análisis y tráfico web
 - Análisis de UTM

Módulo 2

ANÁLISIS DE LA CREACIÓN DE CAMPAÑAS EN GOOGLE ANALYTICS Y HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

Genera un Dashboard a través de audiencias definidas, conversiones de resultados y Google Ads 4 (GA4) para identificar oportunidades en una campaña digital

- A. Fundamentos de Google Analytics
 - ¿Qué es y cómo funciona Google Analytics?
 - Aplicación de la analítica web
 - Diferencias entre Universal Analytics y GA4
 - Preparación para el cierre de Universal Analytics y GA4
 - Creación de la cuenta GA4
 - Configuración de propiedades & flujos de Datos (GA4)
 - Vinculación con otras herramientas
- B. Medición de eventos y conversiones
 - Tipos de eventos y conversiones en GA4
 - Medición con Google Tag Manager
 - ¿Qué son las audiencias y en qué consiste el remarketing en GA4?
 - Creación y configuración de audiencias
 - Métricas e informes de rutas de conversión
 - Conversiones asistidas, canales y campañas
- C. Looker Studio y Dashboard
 - ¿Qué es Looker Studio?
 - Generación de dashboard en Looker Studio
 - Conexión con fuente de datos
 - Métricas y datos de Looker Studio
 - Desarrollo de informes con datos de Google Analytics
 - Integración en Tag Manager y ¿Cómo usarlo en GA4?
- D. Google Tag Manager y Examen GA4
 - ¿Qué es Google Tag Manager? ¿Cómo usarlo?
 - Creación de la cuenta GTM
 - Implementación de códigos de seguimiento, etiquetas, activadores y variables
 - Testeo y debugging de nuestras etiquetas en GA4
 - Desarrollo de informes con datos de Google Analytics
 - Consejos y puntos clave del examen
 - Funcionamiento del Examen y resolución de dudas y tests previos

Docente especializado a cargo

*Programación de docente sujeto a disponibilidad

Beneficios



Docentes capacitados para una educación virtual



Trabajos aplicativos para reforzar contenido



Acompañamiento constante de tutores y docentes



Certificado sin costo adicional a nombre de IDAT