

TEMARIO

Módulo: SEO y Google Ads Fundamentals

Clase 1: Presentación de la Diplomatura

- Presentación (docentes, alumnos, modalidad de cursada y evaluación)
- Entrega de las consignas del Proyecto Final Integrador (PFI).

Clase 2: Blogging en Blogger

- Creación, configuración y diseño de blogs.
- Editor de entradas.
- Integración con redes sociales.

Clase 3: Introducción al SEO

- Qué es el SEO.
- Cómo funciona la Búsqueda de Google.
- Cuáles son las herramientas SEO oficiales de Google.

Clase 4: Técnicas de SEO básicas

- Indexación en los principales buscadores.
- Técnicas de Linkbuilding.
- Optimizar URLs.
- Página 404.
- Redes de hipervínculos superficiales.

Clase 5: Técnicas de SEO avanzadas

- Meta tags.
- Sitemaps HTML y XML.
- Robots.txt.

Clase 6: Google Search Console

- Configurar la cuenta de Search Console.
- Gestionar el sitio con Search Console.
- Proteger el sitio del spam.
- Directrices para webmasters.

Clase 7: SEO móvil (Responsive Design)

- Usuarios de móviles.
- SEO para dispositivos móviles.
- Responsive design templates.

Clase 8: Funcionamiento de Google Ads

- Subastas en Google Ads.
- Factores de calidad.
- Vincular Google Ads y Google Search Console.
- Política publicitaria de Google Ads.

Clase 9: Estructuración de la cuenta, presupuesto y ofertas

- Campañas, grupos de anuncios y anuncios.
- Estrategias de ofertas.
- Relación presupuesto-ofertas.

Clase 10: Tecnologías de orientación

- Informe de Términos de búsqueda.
- Optimización de palabras clave.
- Otras orientaciones.
- Comparativa con otros anunciantes.

Clase 11: Conversiones

- Calcular el retorno de la inversión (ROI).
- Seguimiento de conversiones.
- Métricas de conversiones.

Clase 12: Repaso

- Simulacro para el examen Fundamentos de Google Ads.
- Espacio para debatir y contestar dudas.

Clase 13: Examen Fundamentos de Google Ads

- Espacio para rendir el examen Fundamentos de Google Ads.

Módulo: Videomarketing y Publicidad Gráfica en Google Ads

Clase 14: Introducción a la publicidad gráfica

- Características de las campañas en la red de display.
- Oferta Costo por cada Mil Impresiones Visibles (vCPM).
- Anunciantes de branding.
- Limitación de frecuencia.
- Factores de calidad en display.

Clase 15: Orientación por personas

- Remarketing.
- Audiencias en el mercado.
- Audiencias afines y afines personalizadas.
- Orientación demográfica.
- Anunciantes de respuesta directa.

Clase 16: Orientación por contenidos

- Orientación por posición.

- Orientación por temas.
- Orientación por palabras clave.
- Configuración de las tecnologías de orientación.
- Rechazo de anuncios.

Clase 17: Configuración avanzada en red de display

- ECPC y ECPM.
- Retorno de la inversión publicitaria (ROAS) objetivo.
- Anuncios Lightbox y dinámicos.
- Campañas para aplicaciones móviles.
- Optimización de campañas.

Clase 18: Repaso

- Simulacro para el examen Red de Display de Google Ads.
- Espacio para debatir y contestar dudas.

Clase 19: Examen Red de Display de Google Ads

- Espacio para rendir el examen Red de Display de Google Ads.

Clase 20: Primeros pasos para hacer videomarketing con Google Ads

- Introducción al videomarketing.
- Campañas de video en Google Ads.
- Vincular Google Ads y YouTube.

Clase 21: Tipología de anuncios de video

- Tipos de anuncios (in-stream, Bumpers, Outstream).
- Formatos de reserva.
- Estrategias de ofertas.
- Redes.

Clase 22: Medición del rendimiento y optimización

- YouTube Analytics.
- Informes.
- Métricas e indicadores de rendimiento.
- Técnicas de optimización de videos.

Clase 23: Repaso

- Simulacro para el examen Video de Google Ads.
- Espacio para debatir y contestar dudas.

Clase 24: Examen Red de Display de Google Ads

- Espacio para rendir el examen Video de Google Ads.

Módulo: Analítica Web en Marketing Digital

Clase 25: Introducción a la analítica digital

- Importancia de la medición.
- Objetivos, indicadores y metas.
- Claves para el análisis.
- Modelo de medición.
- Plan de medición.

Clase 26: Introducción a Google Analytics

- Principales componentes (recolección, configuración, procesamiento y reportes).
- Estructura de Google Analytics (cuenta, propiedades y vistas).

Clase 27: Introducción a la interfaz de Google Analytics

- Dimensiones.
- Métricas.
- Controles.
- Filtros.
- Segmentos.

Clase 28: Informes de audiencia y adquisición

- Informes de intereses y demográficos.
- Informes geográficos y de comportamiento.
- Informes de tecnología y de móvil.
- Fuentes, canales y medios.
- Google Ads y remarketing.

Clase 29: Informes de comportamiento y conversiones

- Métricas principales.
- Tipos de reportes.
- Objetivos.
- Eventos.

Clase 30: Modelos de atribución e informes globales

- Modelos de atribución.
- Informes en tiempo real.
- Informes personalizados.
- Alertas inteligentes (Eventos de Intelligence).
- Recopilación de datos (protocolo de medición e importación de datos).

Clase 31: Repaso

- Simulacro para el examen de Google Analytics.
- Espacio para debatir y contestar dudas.

Clase 32: Examen Google Analytics

- Espacio para rendir el examen de Google Analytics.
- Devoluciones finales.
- Cierre y entrega de notas.

Cronograma de Clases

Clase 1	Presentación de la Diplomatura
Clase 2	Blogging en Blogger
Clase 3	Introducción al SEO
Clase 4	Técnicas de SEO básicas
Clase 5	Técnicas de SEO avanzadas
Clase 6	Google Search Console
Clase 7	SEO móvil (Responsive Design)
Clase 8	Funcionamiento de Google Ads
Clase 9	Estructuración de la cuenta, presupuesto y ofertas
Clase 10	Tecnologías de orientación
Clase 11	Conversiones
Clase 12	Repaso
Clase 13	Examen Fundamentos de Google Ads
Clase 14	Introducción a la publicidad gráfica
Clase 15	Orientación por personas
Clase 16	Orientación por contenidos
Clase 17	Configuración avanzada en red de display
Clase 18	Repaso
Clase 19	Examen Red de Display de Google Ads
Clase 20	Primeros pasos para hacer videomarketing con Google Ads
Clase 21	Tipología de anuncios de video
Clase 22	Medición del rendimiento y optimización
Clase 23	Repaso
Clase 24	Examen Red de Display de Google Ads
Clase 25	Introducción a la analítica digital
Clase 26	Introducción a Google Analytics
Clase 27	Introducción a la interfaz de Google Analytics
Clase 28	Informes de audiencia y adquisición
Clase 29	Informes de comportamiento y conversiones
Clase 30	Modelos de atribución e informes globales
Clase 31	Repaso
Clase 32	Examen Google Analytics