



# UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

## Marketing Digital con Google Ads

### **Clase 1: Funcionamiento de Google Ads**

- Subastas en Google Ads.
- Factores de calidad.
- Vincular Google Ads y Google Search Console.
- Política publicitaria de Google Ads.
- Anuncios de texto en campañas inteligentes.

### **Clase 2: Estructuración de la cuenta, presupuesto y ofertas**

- Campañas, grupos de anuncios y anuncios.
- Estrategias de ofertas.
- Relación presupuesto-ofertas.
- Anuncios de texto adaptable en campañas expertas.

### **Clase 3: Tecnologías de orientación en Search Ads**

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

### **Clase 4: 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.
- Anuncios adaptables

#### **Clase 5: Orientación por personas en Display Ads**

- Remarketing.
- Audiencias en el mercado.
- Audiencias afines y afines personalizadas.
- Orientación demográfica.
- Anuncios gráficos.

#### **Clase 6: Orientación por contenidos en Display Ads**

- Orientación por posición.
- Orientación por temas.
- Orientación por palabras clave.
- Configuración de las tecnologías de orientación.
- Anuncios Lightbox y dinámicos.

#### **Clase 7: Ofertas inteligentes y Conversiones**

- ECPC y ECPM.
- Retorno de la inversión publicitaria (ROAS) objetivo.
- Seguimiento de conversiones de Google Ads
- Calcular el retorno de la inversión (ROI).

#### **Clase 8: Planificación y optimización del rendimiento**

- Planificador de rendimiento.
- Nivel de optimización.
- Planificador de cobertura.
- Planificador de palabras clave.
- Vista previa y diagnóstico de anuncio.

#### **Clase 9: Introducción a Google Analytics**

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

#### **Clase 10: Interfaz de Google Analytics**

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

#### **Clase 11: Informes de audiencia**

- Informes de intereses y demográficos.
- Informes geográficos y de comportamiento.
- Informes de tecnología y de móvil.

#### **Clase 12: Informes de adquisición**

- Fuentes, canales y medios.
- Google Ads y remarketing.

#### **Clase 13: Informes de comportamiento y conversiones**

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

#### **Clase 14: Informes personalizados y recopilación de datos**

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

