CURSO · MARKETING Y VENTAS

Google Ads

MODALIDAD	DURACIÓN	DISTRIBUCIÓN REFERENCIAL
E-learning + tutor en vivo	**16 horas cronológicas**	**75 % teoría · 25 % práctica**

DESCRIPCIÓN

Aprende a crear campañas en Google Ads, definir palabras clave, segmentar audiencias y medir conversiones publicitarias.

OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de crear, configurar y optimizar campañas de Google Ads orientadas a la captación de clientes, controlando presupuesto, conversiones y resultados.

DIRIGIDO A

Emprendedores, dueños de negocios, community managers, profesionales de marketing, vendedores, agencias, consultores y empresas que desean usar Google Ads para captar clientes y mejorar sus resultados comerciales.

APRENDIZAJES ESPERADOS

- Diferenciar SEO y SEM y los tipos de campañas de Google Ads
- Estructurar una cuenta publicitaria según el objetivo comercial
- Investigar palabras clave y segmentar audiencias con intención de compra
- Redactar anuncios efectivos y coherentes con la página de destino
- Controlar presupuesto, pujas y métricas para optimizar campañas

CONTENIDOS

Módulo 1: Introducción a Google Ads y publicidad digital

- Qué es Google Ads y cómo funciona la publicidad pagada
- SEO y SEM; tráfico orgánico y pagado
- Anuncios de búsqueda, display, video, shopping y campañas de conversión
- Cuándo conviene usar Google Ads

Módulo 2: Estructura de una cuenta publicitaria

- Cuenta, campañas, grupos de anuncios, anuncios y palabras clave
- Audiencias, presupuesto y conversiones
- Estructura según objetivo: consultas, tráfico, ventas, llamadas o marca
- Errores comunes al crear campañas

Módulo 3: Investigación de palabras clave y segmentación

- Intención de búsqueda: informativa, comercial y transaccional
- Concordancia amplia, de frase y exacta
- Palabras clave negativas
- Segmentación por ubicación, idioma, dispositivo, horario y audiencia

Módulo 4: Creación de anuncios efectivos

- Títulos, descripciones y llamados a la acción
- Extensiones de anuncio
- Principios de copywriting para anuncios
- Coherencia entre anuncio y página de destino
- Promesas realistas y confianza

Módulo 5: Presupuesto, pujas y control de inversión

- Presupuesto diario y mensual
- Costo por clic, costo por conversión y estrategias de puja
- Distribución del presupuesto según objetivo
- Métricas: impresiones, clics, CTR, CPC, conversiones y retorno de la inversión publicitaria

Módulo 6: Landing pages, conversiones y optimización

- Elementos de una landing page que convierte
- Configuración básica de conversiones
- Medición de formularios, llamadas, compras, reservas y mensajes
- Optimización de palabras clave, anuncios, presupuesto, segmentación y horarios

METODOLOGÍA

Exposición teórica con ejercicios prácticos de configuración y análisis de campañas, aplicados a casos del rubro y negocio del cliente.

EVALUACIÓN

Evaluación de los aprendizajes mediante actividades prácticas y/o prueba final. Quienes aprueban reciben un certificado de participación emitido por Saberes OTEC SpA, verificable en saberesotec.cl.

> **Contenido propuesto y adaptable.** Este programa es una propuesta referencial: los contenidos, la duración y la modalidad están sujetos a cambios según los requerimientos del cliente y se adaptan al giro y tipo de negocio de cada empresa. El curso puede dictarse en forma presencial, online en vivo o e-learning.