

HERRAMIENTAS SEM EN MARKETING DIGITAL

CÓDIGO 11B04C04	AUTOR Elena Charameli	DURACIÓN ESTIMADA 5 h	NIVEL DE FORMACIÓN Medio/Avanzado
---------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

Dirigido a

Profesionales del sector de la comunicación, del marketing, empresarios individuales, que quieran conocer o mejorar sus estrategias de posicionamiento web, mediante herramientas de pago, con un especial énfasis en desarrolladores y creadores de contenido web.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá las herramientas SEM abarcando aspectos como la planificación de campañas y estudios de palabras clave, así como las características de las alternativas SEM de pago y privadas.

COMPETENCIAS

1. Saber Planificar y estructurar campañas de búsqueda en Google Ads usando el planificador de palabras clave.
2. Conocer las ventajas de herramientas SEM para reducir el tiempo de optimización de las campañas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber crear una estructura de campañas, grupos y anuncios, coherente a tus objetivos.
2. Investigar a los competidores.

CONTENIDOS

Unidad 1. Planificar campañas y estudios de palabras clave.

1. Estructuras de campaña. ¿Cuántas campañas y grupos debo hacer?
2. Herramientas para hacer estudios de palabras clave.
 - a. Planificador de palabras clave.
3. Usos y ventajas de las palabras clave long tail para las primeras campañas o cuentas con poco presupuesto.
4. SET UP de una campaña de búsqueda y grupos de anuncios.

HERRAMIENTAS SEM EN MARKETING DIGITAL

Unidad 2. Herramientas SEM que te harán la vida más fácil.

1. Herramientas de Google Ads.
2. Otras herramientas de palabras clave.
3. Otras herramientas SEM.
 - 3.1 Para hacer auditorías.
 - 3.2 Para crear informes y/o propuestas SEM.
 - 3.3 Para espiar competidores.
 - 3.4 Para diseñar banners.