

Temario:

Marketing Digital con Google ADS

Clase 1: Publicidad para Performance en Meta Ads & Google Ads

Tema 1: Introducción a la publicidad digital para E-commerce

Tema 2: KPIs Centrales

Tema 3: Introducción a Growth Marketing

Clase 2: Meta Ads para E-commerce

Tema 1: Estructura de campañas (TOFU, MOFU, BOFU)

Tema 2: Tipos de audiencias: Core, Custom, Lookalike

Tema 3: Creatividades dinámicas y catálogo de productos

Tema 4: Segmentación estratégica para campañas de conversión

Clase 3: Google Ads para E-commerce

Tema 1: Campañas Search, Display y Performance Max

Tema 2: Keywords, concordancias y estructura del anuncio

Tema 3: Google Merchant Center y campañas de Shopping

Tema 4: Métricas clave: CTR, CPC, Quality Score, Conversion Rate

Clase 4: Retargeting y Remarketing

Tema 1: Diferencia entre retargeting y remarketing

Tema 2: Audiencias de retargeting por comportamiento (sitio, carrito, producto)

Tema 3: Anuncios personalizados por etapa del funnel

Tema 4: Configuración en Meta Ads y Google Ads

Clase 5: Creatividad orientada a Performance

Tema 1: Piezas de alto impacto: imagen, video, carrusel, colección

Tema 2: Diseño de anuncios que venden: estructura AIDA y pain points

Tema 3: Tests A/B de creatividades

Tema 4: Tendencias visuales y ejemplos reales

Clase 6: Automatización y Machine Learning en Anuncios

Tema 1: Campañas Advantage+ de Meta y Performance Max de Google

Tema 2: Smart Bidding y reglas automatizadas

Tema 3: Optimización por eventos (view content, add to cart, purchase)

Tema 4: Limitaciones de la automatización: cuándo intervenir manualmente

Temario:

Marketing Digital con Google ADS

Clase 7: Estructura de campañas por objetivos

Tema 1: Objetivos de branding, tráfico, engagement y ventas

Tema 2: Funnels completos con campañas por etapa

Tema 3: Relación entre presupuesto y objetivos

Tema 4: Modelos de atribución en Meta y Google

Clase 8: Métricas de Performance & Reportes

Tema 1: Principales métricas de medios pagos (ROAS, CPA, CPL, LTV)

Tema 2: Cómo construir dashboards para toma de decisiones

Tema 3: Reportes ejecutivos y operativos

Tema 4: Análisis de campañas y mejora continua

Clase 9: Presupuestos y Planificación de medios

Tema 1: Cómo definir un presupuesto mensual y por campaña

Tema 2: Distribución entre Meta, Google y otras plataformas

Tema 3: Estacionalidad, picos de venta y eventos clave (Hot Sale, Black Friday)

Tema 4: Simuladores de inversión y proyecciones

Clase 10: Escalado de campañas exitosas

Tema 1: Señales para escalar una campaña

Tema 2: Escalado horizontal y vertical

Tema 3: Lookalikes avanzadas y expansión de audiencias

Tema 4: Escalabilidad sin perder rentabilidad

Clase 11: Creatividades en video para Paid Media

Tema 1: Video-performance: los primeros 3 segundos

Tema 2: Guión, edición y storytelling para performance

Tema 3: Aspectos técnicos por plataforma (duración, ratio, formato)

Tema 4: Creatividades adaptadas por audiencia y funnel

Clase 12: Integración entre Paid Media y otros canales

Tema 1: Paid Media + Email Marketing

Tema 2: Paid Media + WhatsApp + SMS

Tema 3: Sincronización de campañas y automatizaciones

Tema 4: Experiencia omnicanal para aumentar el ROAS

Temario:

Marketing Digital con Google ADS

Clase 13: Business Intelligence y Google Analytics 4

Tema 1: Introducción a Google Analytics 4 aplicado a E-commerce

Tema 2: Configuración inicial, eventos y conversiones personalizadas

Tema 3: Análisis de usuarios, sesiones, engagement y revenue

Tema 4: Integración de GA4 con Google Ads y Tag Manager

Tema 5: Creación de segmentos y visualización de embudos

Clase 14: Análisis avanzado y evaluación final del curso

Tema 1: Métricas clave para toma de decisiones: LTV, CAC, ROAS, frecuencia, atribución

Tema 2: Modelos de atribución y su impacto en la optimización de campañas

Tema 3: Lectura avanzada de audiencias y comportamiento

Tema 4: Actividad integradora: diagnóstico de una campaña real y propuesta de optimización

Evaluación integradora final

Desarrollo de Evaluación Final Integradora

Recuperatorio de evaluación integradora final

Instancia de Recuperatorio