

curso

GOO GLE ADS

fundamental

TEMARIO

SESIÓN 1

MÉTRICAS DIGITALES

Definición de conceptos de Métricas Digitales Básicas y su aplicación estratégica.

Conceptos Básicos: Click, cookie, píxel de impresión, impresiones, leads, visitantes, visitantes únicos, tasa de conversión, CRT, etc.

Cálculo de Tasas de eficiencia y resultados.

Métricas Aplicadas a Campañas de: Search y Display

Métricas de YouTube

SESIÓN 2

GOOGLE SEARCH I

Contextualización: GoogleSearch

¿Cómo comenzar y desarrollar estrategias en Search?

¿Cómo se compra en Search?

SESIÓN 3

GOOGLE SEARCH II

Estrategias de Search: estableciendo territorios

¿Cómo seleccionar keywords?

Puntos de contacto y proceso de compra

Modelo de atribución

SESIÓN 4

GOOGLE ANALYTICS

Empezar con Analytics

Funciones de Analytics

Informes de Analytics

SESIÓN 5

WEB ANALYTICS I

Introducción

Medición de contenidos: principales métricas a medir, analítica web, MKTG funnel, social, listening

(qué dicen de la marca y/o productos)

SESIÓN 6

WEB ANALYTICS II

Analítica Web v/s Social Media Analytics

¿Qué métricas corresponden a cada objetivo que nos propongamos?

SESIÓN 7

PERFORMANCE DIGITAL

Definición

¿Por qué medir la performance de las campañas y páginas web?

Ventajas y desventajas

Decálogo del performance

Viewability

SESIÓN 8

CIERRE

Proyecto final

los contenidos indicados en este temario son una guía diseñada para el correcto desarrollo de las actividades de capacitación y su completo desarrollo dependerá del nivel de los participantes, por lo que pueden sufrir modificaciones durante el desarrollo del curso



#ADVERTISING
#ANALYTICS
#SEARCHMARKETING