

## Márketing digital con Google Adwords y Google Analytics

### + **Objetivos:**

- Adquirir las nociones básicas sobre las posibilidades de Google AdWords y sus aplicaciones publicitarias en la empresa.
- Conocer la utilidad y el funcionamiento de Google AdWords para la creación de campañas publicitarias de calidad y efectivas.
- Crear campañas de anuncios de Google AdWords, utilizando diferentes formatos y soportes publicitarios.
- Realizar un uso correcto de Google AdWords, para aprovechar las ventajas que ofrece y obtener así óptimos resultados.
  
- Conocer las características y funcionamiento básico de *Google Analytics*, así como su utilidad en el análisis de la información de un sitio o desarrollo web.
- Usar audiencias sobre la cuenta de *Google Analytics* asociada al desarrollo a analizar.
- Usar las configuraciones disponibles en *Google Analytics* para obtener resultados precisos.
- Vincular las cuentas de *AdWords* y *Analytics*, con el fin de optimizar la publicidad.
- Utilizar otros datos arrojados por *Google Analytics* para mejorar el funcionamiento y eficacia del sitio web, como los objetivos, los informes de comportamiento, de velocidad del sitio y tiempo de carga de página, o los mapas de calor.
- Integrar la herramienta *Google Analytics* en un desarrollo o sitio web que implemente un *e-commerce* para obtener datos de analítica web que ayuden a optimizar el sitio.

### + **Contenidos:**

#### **Qué es Google AdWords**

Introducción.

Conociendo Google AdWords.

Primeros pasos con Google AdWords.

Alta en Google AdWords.

Configuración inicial de Google AdWords.

Resumen.

#### **Formatos y soportes publicitarios**

Introducción.

Tipos de formatos y soportes publicitarios.

Configuración de anuncios y campañas publicitarias.

URL de destino y URL mostrada.

URL visibles.

URL de página de destino.

Parámetros de URL.

Resumen.

## **Ventajas de uso de Google AdWords**

Introducción.

Ventajas e inconvenientes de usar Google AdWords.

Investigación de mercados.

Análisis de palabras clave.

Temas y subtemas.

Organización de la cuenta.

Ejemplo de organización de la cuenta.

Coste.

Resultados: ranking de anuncios.

Subasta de anuncios.

Analizando a la competencia.

Aprendiendo de los errores.

## **Introducción a Google**

*Analytics*

Introducción.

El uso de *Google Analytics*.

Definición de objetivos.

Configuración de *Google Analytics*.

Informes de analítica web.

Resumen.

## **Audiencia**

Introducción.

Audiencias en *Google Analytics*.

Componentes de los informes.

Informes demográficos.

Resumen.

## **Configuraciones**

Introducción.

Primeros pasos en *Analytics*.

Segmentos.

Segmentos avanzados.

Informes personalizados.

Filtros.

Personalización de los paneles.

Resumen.

## **Informes y vinculación a Google AdWords**

Introducción.



Vinculación entre *Google Analytics* y *Google AdWords*.  
Nuevos informes provenientes de la vinculación.  
Resumen.

### **Otros datos**

Introducción.

Conversiones.

Informes de comportamiento.

Velocidad del sitio y tiempo de carga de página.

Mapas de calor.

Resumen.

### **Comercio electrónico / e-commerce**

Introducción.

¿Qué es el comercio electrónico / e-commerce?

Tipos de comercio electrónico.

Uso de *Google Analytics* en el comercio electrónico