

<b>Nombre del Curso</b>	<b>Google Ads MOOC</b>
<b>Nombre del instructor</b>	Juan Antonio Loredó Velasco
<b>Duración</b>	1 horas
<b>Número de Sesiones</b>	x
<b>Número de participantes</b>	MOOC
<b>Perfil de los participantes</b>	x

<b>Objetivo general:</b>	Tener las mejores prácticas para iniciar en Google Ads
<b>Objetivos específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de conceptos, métricas, herramientas y ejemplificaciones dentro de la plataforma de Google ADS.</li> <li>• Conocer las mejores prácticas de los expertos.</li> </ul>

## MÓDULO 1

Tema/subtema	Actividades de enseñanza / aprendizaje	Recursos que se utilizarán en el curso	Aspectos de evaluación	Duración tema / subtema	Actividad	Formato
Bienvenida	El facilitador se presenta junto con el temario					
Qué es Google Ads y cuáles son sus beneficios	<p>Describir los conceptos generales de Google Ads y cómo va a beneficiar al usuario al aprender a hacer uso de la plataforma.</p> <p>Hablar de un funnel de conversión.</p> <p>Hablar el costo, cuánto voy a invertir en Google Ads</p> <p>Cómo medir (llegar al usuario) (tráfico).</p> <p><b>Te invitamos a descargar el glosario y el documento de herramientas de ayuda que te apoyarán a lo largo de tu curso.</b></p>	<p style="text-align: center;"> <a href="#">Glosario</a>  <a href="#">Herramientas de ayuda</a> </p>		15 min	Descargar glosario e infografía	<p><b>Green Screen: 6-8</b></p> <p><b>Voz en Off: 9</b></p>

Funnel de conversión	Describir el Funnel de conversión					<b>Voz en Off:</b> <b>10-11</b>
Inversión	Se describe el presupuesto a invertir dentro de las campañas	<a href="#">Inversión</a>			Ejercicio estimación de la inversión	<b>Voz en Off:</b> <b>12</b>
Forecast/pronóstico	Se describe qué es el forecast, cuáles son sus beneficios y se realizará un ejercicio en la plataforma de Google Ads.	<a href="#">Forecast - Guía rápida</a>			Caso práctico para crear un forecast	<b>Voz en Off:</b> <b>13-14</b>
¿Cómo llego a mi público?	Mención de los puntos clave para llegar al público idóneo.					<b>Voz en Off:</b> <b>16</b>

## MÓDULO 2

Micro momentos	Explicar qué son los micro momentos y en qué etapas de nuestra vida los usamos, explicar el tiempo que pasamos en el celular y en la computadora buscando ese producto.			15 min	Ver video	<b>Green Screen:</b> <b>17-19</b>
Redes publicitarias	Se describirán los tipos de redes publicitarias dando ejemplos prácticos: <ul style="list-style-type: none"> <li>● SEARCH</li> <li>● DISPLAY</li> </ul>			15 min		<b>Green Screen:</b> <b>20, 21, 23</b> <b>Voz en Off:</b> <b>22</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● SHOPPING</li> <li>● APP</li> <li>● YOUTUBE</li> </ul>					
SEO Vs SEM	Descripción ejemplificando en Google dónde aparece la parte orgánica y de pago.	<b>Ejemplificar con Goobec</b>		10 min		<b>Green Screen:</b> 24 <b>Voz en Off:</b> 25-27
Brief publicitario	Explicar que es un Brief, como se llena y después invitarlos a realizar el suyo descargándolo de la plataforma.	<a href="#">Brief publicitario</a>		10 min	Descargar infografía	<b>Green Screen:</b> 28 <b>Voz en Off:</b> 29-30
Nivel de calidad	Identificar el nivel de calidad y la relevancia de la campaña publicitaria.					<b>GreenScreen:</b> 31 <b>Voz en Off:</b> 32-35
Ad Rank	Reconocer el monto de la oferta, el nivel de calidad del anuncio, el impacto y el contexto de búsqueda.  <b>Agregaría un gráfico de como se ve en plataforma las posiciones de los anunciantes</b>					<b>GreenScreen:</b> 36, 38 <b>Voz en Off:</b> 37, 39 <b>Entrevista:</b> 40
Métricas	Se describirán los conceptos de: palabras clave, anuncios, impresiones, conversiones y los leads. Sugerencia: Dejar de tarea ver el material que se encuentra en el aula			15 min		<b>GreenScreen:</b> 41 <b>Voz en Off:</b> 42-43

	virtual para ver los conceptos en la actividad interactiva					
Anatomía de LP, Sitio Web & E-Commerce	<p>Describir las principales características de un sitio web, una página de aterrizaje y un sitio de e-commerce.</p> <p>Sugerencia: Dar ejemplos de la página web y la LP de Goobec.</p>	<p><a href="https://www.goobec.net/">https://www.goobec.net/</a></p> <p><a href="https://www.goobec.net/landing-page-e-marketing-digital">https://www.goobec.net/landing-page-e-marketing-digital</a></p> <p><a href="#">Arquitectura de LP, SW &amp; ECOM</a></p>		10 min	Descargar infografía	<p><b>Green Screen:</b> 44</p> <p><b>Voz en Off:</b> 45-49</p>
Palabras clave	<p>Describir cada una de las palabras clave y cómo se usan</p> <p>Concordancia Amplia</p> <p>Modificador de Concordancia Amplia + +</p> <p>Concordancia de Frase " "</p> <p>Concordancia Exacta [ ]</p> <p>Concordancia Negativa -</p>	<p><a href="#">Concordancias de palabras clave</a></p>		15 min	Descargar infografía	<p><b>Green Screen:</b> 50</p> <p><b>Voz en Off:</b> 51, 52, 63</p>
Campañas	<p>Descripción de los tipos de campañas.</p> <p>Explicar que es una campaña y su jerarquía ejemplificando con cada una de las redes antes mencionadas e</p>	<p><a href="#">Tipos de campañas</a></p> <p><a href="#">Tipos de anuncios</a></p>	Generar los puntos que debe de tener cada	15 min	Descargar infografías y archivo para	<p><b>Green Screen:</b> 64</p> <p><b>Voz en Off:</b> 65-71</p>

	invitando al usuario a descargar el archivo para que lo llene de acuerdo a su proyecto personal.	<a href="#">Recurso para campaña</a>	parte de la campaña		llenarlo y generar su estrategia	
Objetivo de las campañas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas</li> <li>• Clientes potenciales</li> <li>• Tráfico del sitio</li> <li>• Consideración del producto y marca</li> <li>• Alcance y reconocimiento de marca</li> <li>• Promoción de aplicaciones</li> </ul>					<b>Green Screen:</b> 72-73
Estructura de una campaña	Describir la estructura de una cuenta adwords.					<b>Green Screen:</b> 75 <b>Voz en Off:</b> 76-77
<b>MÓDULO 3</b>						
Proceso para administrar una campaña en Google Ads	7 pasos para crear una campaña exitosa por Oscar Cruz Tabares y otro facilitador (formato entrevista).  Participación del mercado con Google Ads.			20 min	Ver video	<b>Green Screen:</b> 78-80 <b>Voz en Off:</b> 81

Conociendo la plataforma	Dar un recorrido virtual de la plataforma de Google Ads y sus recursos.			10 min		<b>Green Screen: 82</b>
Creación de tu primera campaña  <b><i>Esta se maneja como una actividad dentro de la presentación</i></b>	Creación de una campaña publicitaria, reconociendo los elementos que aprendimos en los videos anteriores.			20 min		<b>Voz en Off: 83</b>
Checklist de auditoria	Mencionar que descargue el material de checklist que ayudará a mejorar una campaña.	<a href="#">Checklist auditoria</a>			Descargar infografía	<b>Green Screen: 84</b>