

Nombre del Curso	Google Ads DISPLAY
Nombre del instructor	
Duración	2 horas
Número de Sesiones	Mooc
Número de participantes	
Perfil de los participantes	<ul style="list-style-type: none"> ● Profesional de marketing digital que quiera desarrollar una estrategia de publicidad en la Red de Display de Google. ● Emprendedor que quiera transformar su visión de marketing en línea a una estrategia de marketing digital coherente. ● Profesionista independiente que necesita generar un plan publicitario para aumentar el conocimiento de la marca, la consideración, la acción y la retención mediante la Red de Display de Google

Objetivo general:	.
Objetivos específicos:	<ul style="list-style-type: none"> ● Adquisición de conceptos, métricas, herramientas y ejemplificaciones dentro de la plataforma de Google Ads Display

No					
Tema/subtema	Actividades de enseñanza / aprendizaje	Recursos que se utilizarán en el curso	Aspectos de evaluación	Duración tema / subtema	Acumulado
Presentación del curso <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción 	Facilitador: Expondrá de manera breve la introducción al curso de Display, resaltando los aprendizajes	Presentación		15 minutos	15 minutos

<ul style="list-style-type: none"> Objetivos o aprendizajes esperados 	esperados dentro del mismo				
Red de Display <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es? Diferencia entre Search y Display Beneficios Alcance Ventajas 	Facilitador: Exponer y explicar que es una red de Display, a su vez mostrar cuáles son sus beneficios y el alcance que puede tener. <ul style="list-style-type: none"> identificar públicos valiosos generar participación con esos públicos con rapidez y frecuencia aprender sobre el comportamiento del consumidor 	Presentación		15 minutos	30 minutos
¿Para qué sirve y por qué anunciarse en la red de Display de Google?	Facilitador: Explicará cuál es el uso y función de la red de Display y otros de los beneficios de anunciarse en Display.	Presentación		10 minutos	40 minutos
Campaña <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es una campaña Tipos de campaña 	Facilitador: Explicará en qué consiste una campaña en Google Display, señalando que existen dos: <ul style="list-style-type: none"> campañas de Display estándar campañas de Display inteligentes Alumno: identificar que tipo de campaña se adecua mejor a sus	Presentación		15 minutos	55 minutos

	necesidades y objetivos.				
Métodos de orientación <ul style="list-style-type: none"> Definición de objetivos 	Facilitador: Expondrá los métodos que pueden utilizar los alumnos para orientar en qué dirección desean llevar su campaña. <ul style="list-style-type: none"> Orientación por público Orientación por contenido Orientación por dispositivo Alumnos: aprenderán a identificar y definir los objetivos para su campaña	Presentación	Cuestionario crear una campaña	15 minutos	1 hora 10 minutos
Planificar una campaña de Display	Facilitador: Explicará cinco pasos para planificar una campaña de Display			10 minutos	1 hora 30 minutos
Estrategias de oferta	Facilitador: Expondrá y explicará las diversas estrategias de oferta: <ul style="list-style-type: none"> Oferta Manual Oferta automática Alumno: Identificará que estrategia de oferta se adecua a sus necesidades y objetivos.	Presentación	Cuestionario estrategias de oferta	15 minutos	1 hora 45 minutos
Formatos <ul style="list-style-type: none"> Formatos de anuncios gráficos Anuncios 	Facilitador: Explicará la importancia y el porqué se utilizan los formatos de anuncios gráficos, a	Presentación		10 minutos	1 hora 55 minutos

	<p>su vez cuáles son los tipos de anuncios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anuncios responsivos • Anuncios cargados 				
Medidas de Anuncios	<p>Facilitador: Expondrá cuáles son las medidas y características recomendadas con las que debe contar un banner.</p>	<p>Presentación Infoproducto: Infografía medidas de banner (por hacer)</p>		5 minutos	2 horas