

Google Ads básico

Equipo docente: Julio Cucchi

Unidad académica: Lic. En Comunicación, Facultad de Derecho y Artes Liberales

Referente institucional: Lucía Baldomir

Google Ads constituye una de las herramientas más relevantes y demandadas dentro del mercado laboral actual, siendo ampliamente utilizada por empresas, agencias y emprendimientos para la captación de clientes y la generación de resultados medibles. El dominio de esta plataforma representa una competencia técnica diferenciadora, que mejora significativamente la empleabilidad de los estudiantes y su capacidad de inserción laboral temprana.

Asimismo, el curso aporta herramientas que pueden ser utilizadas tanto en contextos laborales formales como en proyectos personales, emprendimientos o trabajo freelance, fortaleciendo la autonomía profesional de los estudiantes y ampliando sus oportunidades de desarrollo.

Modalidad: Semipresencial

Carga horaria total: 18 horas

Días y horarios: miércoles, de 19:00 a 21:00hs.

Fecha de inicio: miércoles 22 de abril

Fecha de finalización: miércoles 17 de junio

Dirigido a: profesionales y emprendedores que desean administrar su propia publicidad; estudiantes o egresados de carreras de marketing, comunicación y afines que busquen ofrecer el servicio.

Objetivo de la capacitación:

Brindar a los participantes los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para comprender, planificar, crear, gestionar y optimizar campañas publicitarias en Google Ads, alineadas a distintos objetivos de negocio y de comunicación digital.

Objetivos específicos

- Comprender el funcionamiento del ecosistema de Google Ads y su rol dentro del marketing digital.
- Identificar los distintos tipos de campañas (Search, Display, Demand Gen, Video) y sus aplicaciones según objetivos.
- Aprender a investigar y seleccionar palabras clave relevantes.
- Crear anuncios efectivos orientados a la conversión.
- Configurar correctamente presupuestos, pujas y segmentaciones.
- Interpretar métricas clave para evaluar el rendimiento de las campañas.

- Aplicar criterios básicos de optimización para mejorar resultados.

Resultados**esperados:**

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de:

- Explicar cómo funciona Google Ads y cuándo utilizarlo.
- Planificar una estrategia publicitaria básica según objetivos (tráfico, leads, ventas).
- Crear y configurar campañas de Google Ads desde cero.
- Seleccionar y gestionar palabras clave y audiencias.
- Diseñar anuncios alineados a buenas prácticas de redacción publicitaria.
- Analizar métricas como impresiones, clics, CTR, conversiones y costo por resultado.
- Tomar decisiones de optimización inicial basadas en datos.
- Integrar Google Ads como herramienta dentro de una estrategia de marketing digital más amplia.

Evaluación: No corresponde. Se entrega certificado de asistencia, cumpliendo con el 80% de asistencia.

Contenido:Clase 1 – Introducción a Google Ads

Objetivo: Comprender el funcionamiento general de la plataforma y su lógica publicitaria.

- Ecosistema de Google Ads dentro del marketing digital
- ¿Qué es Google Ads y para qué sirve?
- Tipos de campañas y objetivos
- Estructura de una cuenta: cuenta, campañas, grupos de anuncios, anuncios
- Conceptos clave: impresiones, clics, CTR, CPC, Quality Score

Clase 2 – Campañas de Google Search (Parte I)

Objetivo: Aprender a estructurar campañas de búsqueda alineadas a objetivos de negocio.

- Qué es una campaña de búsqueda
- Tipos de palabras clave
- Concordancias
- Intención de búsqueda
- Estructura correcta de una campaña de Search
- Introducción a anuncios de texto

Clase 3 – Campañas de Google Search (Parte II)

Objetivo: Optimizar anuncios y comprender los factores que influyen en el rendimiento.

- Anuncios responsivos de búsqueda
- Extensiones de anuncios
- Nivel de calidad
- Estrategias de puja básicas
- Buenas prácticas iniciales
- Errores comunes en campañas Search

Clase 4 – Campañas de Google Display

Objetivo: Comprender el rol de Display dentro de una estrategia de publicidad digital.

- Qué es la Red de Display
- Tipos de segmentación (audiencias, intereses, ubicaciones)
- Creatividades y formatos
- Cuándo usar Display
- Ventajas y limitaciones
- Casos de uso comunes

Clase 5 – Campañas de YouTube Ads

Objetivo: Conocer cómo funciona la publicidad en video y su aplicación estratégica.

- Publicidad en YouTube dentro de Google Ads
- Tipos de anuncios (In-Stream, In-Feed)
- Objetivos y formatos
- Segmentación
- Métricas clave en video
- Cuándo conviene usar YouTube Ads
- Objetivo:

Clase 6 – Demand Gen

Objetivo: Entender los formatos más actuales de Google orientados a generación de demanda.

- Qué es Demand Gen
- Diferencias con Display y Social Ads
- Ubicaciones (YouTube, Discover, Gmail)
- Audiencias y señales
- Enfoque visual y creativo
- Casos de uso

Clase 7 – Performance Max (PMax)

Objetivo: Conocer el funcionamiento general de las campañas automatizadas de Google.

- Qué es Performance Max
- Cómo funciona la automatización e IA
- Canales incluidos
- Señales de audiencia

- Activos y creatividades

Clase 8 – Conversiones y medición

Objetivo: Comprender cómo medir resultados y evaluar el rendimiento de campañas.

- Qué es una conversión
- Importancia de la medición
- Tipos de conversiones
- Introducción a GA4
- Eventos y conversiones
- Lectura básica de resultados

Clase 9 – Análisis, optimización y cierre integrador

Objetivo: Integrar conocimientos y comprender el uso real de Google Ads en contextos laborales.

- Métricas clave por tipo de campaña
- Optimización básica
- Interpretación de resultados
- Casos prácticos
- Buenas prácticas generales
- Rol profesional y salida laboral

Cronograma:

Inicio	Hs	Modalidad	
22/4	2	Presencial	Introducción
29/4	2	Online	Campañas de Google Search (Parte I)
6/5	2	Online	Campañas de Google Search (Parte II)
13/5	2	Presencial	Campañas de Google Display
20/5	2	Online	Campañas de YouTube Ads
27/5	2	Online	Demand Gen
3/6	2	Online	Performance Max (PMax)
10/6	2	Online	Conversiones y medición
17/6	2	Presencial	Análisis, optimización y cierre integrador

Equipo docente

Julio Cucchi: Profesional del marketing digital con 13 años de experiencia trabajando en agencias, especializado en campañas de performance y publicidad online. Cuenta con certificación oficial de Google Ads, y amplia experiencia en la planificación, ejecución y optimización de campañas orientadas a resultados.

Actualmente se desempeña como docente en la Universidad Católica, dictando materias de Marketing Digital para las carreras de Dirección de Empresas y Licenciatura en

Comunicación, combinando enfoque estratégico con aplicación práctica basada en casos reales.

Costo total: \$8.500 pesos uruguayos.

Financiación hasta en 6 cuotas con tarjetas de crédito. Pago en efectivo a través de redes de cobranza o transferencia bancaria. Beneficios: Estudiantes UCU 25% - Alumni UCU 25% - Personal docente y administrativo UCU consultar. Consultar por convenios con otras instituciones.

Bibliografía/Anexos:

<https://skillshop.docebosaas.com/learn/signin>