

TEMARIO DEL CURSO DE SEM-ADWORDS. PLANIFICACIÓN BUSCADORES DE PAGO

1. Introducción. El mercado actual de los buscadores

- Posición actual de la publicidad en buscadores frente a otros formatos. Su futuro.
- Enlaces patrocinados: buscadores y publicidad contextual.
- Principales protagonistas: Google, Yahoo Search, Miva, MSN, Ask.com.

2. Proceso de gestión de una campaña paso a paso. I

- Análisis previo.
- Selección de palabras clave.
- Creación de anuncios. Herramientas avanzadas

3. Proceso de gestión de una campaña paso a paso. II

- Gestión de vínculos.
- Pujas fijas y automáticas.

4. Caso práctico: Creación de una campaña en Google.

5. Otros aspectos prácticos.

- Herramientas de optimización internas en Adwords.
- Uso de Google Analytics en relación a Adwords.
- Análisis de casos prácticos de anunciantes en el sector turístico, financiero, inmobiliario...

6. Los nuevos formatos del modelo coste por clic y CPM dinámico

- Anuncios locales en Google Maps.
- Site Targeting.
- Comparadores de precios: Kelkoo.
- Nuevos modelos de publicidad contextual.
- Pay per call.
- MSN Direct Response.

- Nuevos modelos publicitarios con vídeo: Youtube o Dalealplay.com
- Behavioural Targeting