

A banner for the Google ADS course. It features a dark background with a red arrow pointing right containing the word 'ONLINE'. The text 'Google ADS' is prominently displayed. Below this, there are three red hexagonal icons: a clock for duration, a location pin for location, and a graduation cap for the target audience. To the left of these icons is a small image of a hand holding a stylus over a tablet displaying the Google Ads interface.

ONLINE

Google ADS

DURACIÓN:
20 h.

LUGAR:
Online

ALUMNADO:
Trabajadores
Autónomos

GOOGLE ADS (IFCM0012)

Aprende a crear, configurar y optimizar **campañas publicitarias con Google Ads** para promocionar productos y servicios en Internet. Con el curso **IFCM0012 - Google Ads** (20 horas) conocerás los fundamentos de la plataforma y descubrirás cómo funciona la publicidad de pago por clic (PPC), las estrategias de puja y los principales indicadores que permiten evaluar el rendimiento de una campaña.

Aprenderás a identificar y configurar diferentes **tipos de campañas de Google Ads**, como campañas de búsqueda, Display, Shopping y vídeo, seleccionando las opciones más adecuadas según los objetivos publicitarios. También conocerás los principales **KPI y métricas de marketing digital** aplicados tanto a la generación de leads como al comercio electrónico.

Además, aprenderás a configurar y realizar el **seguimiento de conversiones**, interpretar métricas clave y analizar los resultados obtenidos. Una formación práctica para comprender el funcionamiento de Google Ads y desarrollar campañas de publicidad online orientadas a objetivos y basadas en datos.

Si este curso no estuviera subvencionado te costaría: 100 €

Categorías: [Online](#)

Etiquetas: [Marketing online](#)

CONTENIDOS**1- EL TIEMPO COMO RECURSO A GESTIONAR**

- Naturaleza del tiempo: Concepto, características particulares y su valor como recurso limitado.
- Autodiagnóstico: Análisis de cómo se utiliza el tiempo actualmente y detección de ineficiencias.
- El entorno de trabajo: Influencia de la cultura organizativa en el uso del tiempo.

2- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA GESTIÓN DEL TIEMPO

- Factores personales: Hábitos, procrastinación, falta de asertividad y dificultad para decir “no”.
- Ladrones de tiempo: Identificación de interrupciones, reuniones ineficaces, uso incorrecto del correo electrónico, llamadas de teléfono y redes sociales.
- Manejo del estrés: Relación entre la mala organización del tiempo y la saturación laboral.

3- ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS Y PRIORIDADES

- Fijación de metas: Definición de objetivos bajo criterios específicos (objetivos SMART).
- Priorización: Diferencia clave entre lo urgente y lo importante.
- Herramientas de decisión: Uso de matrices de priorización (como la Matriz de Eisenhower).

4- HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN

- Métodos de planificación: Planificación diaria, semanal y mensual.

- Delegación efectiva: Cómo y cuándo delegar tareas en el equipo para optimizar el tiempo global.
- Tecnología aplicada: Introducción a herramientas digitales de gestión de tareas y calendarios (agendas electrónicas, tableros Kanban, etc.).

METODOLOGÍA



La formación se realiza 100 % online a través de nuestro campus virtual, en modalidad asíncrona, lo que permite al alumnado organizar sus tiempos de estudio dentro de los plazos establecidos.

Sesiones de tutoría

El alumnado dispone de un/a tutor/a online al que puede consultar dudas a través de la mensajería interna de la plataforma, correo electrónico y/o foros de consulta, recibiendo respuesta y acompañamiento durante todo el curso.

Sistema de evaluación

La evaluación es continua y se realiza íntegramente online mediante cuestionarios, actividades prácticas y pruebas de evaluación al finalizar los temas o unidades. No se realizan exámenes presenciales.

Requisitos técnicos

Es necesario disponer de ordenador, tablet (o incluso teléfono móvil), con navegador actualizado, conexión a internet estable y, recomendable, auriculares o altavoces para el seguimiento de los contenidos.

Material didáctico y recursos

Todo el material didáctico está disponible en la plataforma online (temarios, recursos descargables, actividades, vídeos, enlaces de interés, etc.), accesible en cualquier momento dentro del periodo de impartición.

SALIDAS PROFESIONALES



- Especialista en marketing digital (Digital Marketing Specialist)
- Gestor de campañas de pago por clic (PPC Manager)
- Técnico en posicionamiento en buscadores (Consultor SEM)
- Experto en analítica web y optimización de conversiones (CRO)
- Gestor de cuentas de publicidad en agencias de medios (Account Manager)
- Responsable de comercio electrónico (E-commerce Manager)
- Consultor de marketing digital autónomo (Freelance)