

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

Nombre del curso	Optativa I				
Programa al que pertenece	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
Área de formación	Optativa Abierta				
Clave de la materia	IH704		Créditos	6	
Horas totales del curso	60	Horas Teoría	30	Horas Práctica	30
Fecha de diseño del curso	21/05/2021		Fecha de actualización del curso	21/05/2021	

2. COMPETENCIA

El alumno desarrollará la capacidad para idear estrategias de marketing digital basadas en las necesidades de un proyecto y las funciones que nos proporciona la herramienta de Google Ads, que le permitan sacar el máximo provecho de los principios de segmentación que utiliza Google para lograr hacer llegar sus productos o servicios a las personas idóneas para la adquisición o contratación.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Estrategia de marketing digital a partir del uso de campañas de Google Ads.
--------------------	---

4. RECORTE DE CONTENIDO

	Unidad 1	Unidad 2	Tema 3
Título	Conociendo Google Advertising	Campañas de Google Ads	Estrategia Digital con Google Ads
Objetivo	Identificar aspectos generales de Google Ads, su alcance y efecto en las empresas que los aplicaron.	Identificar la tipología de campañas que se puede crear con Google Ads, y reconocer las características y funcionalidad de cada tipo.	Diseñar una estrategia de marketing digital centrada en el uso de Google Ads.



Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Google Ads? • ¿Cómo funciona Google Ads? • Google como herramienta de Marketing Digital • Creación de cuenta de Google Ads • Configuración de cuenta de Google Ads • Secciones de una cuenta de Google Ads 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de campañas en Google Ads • Características y funciones de cada campaña • Funcionalidad de cada tipo de campaña 	<ul style="list-style-type: none"> • Outbound Marketing • Inbound Marketing • Funciones de los diferentes tipos de campañas según la etapa de la estrategia • Diseño de estrategias con Google Ads • KPI's (métricas) de Google Ads
------------------	---	---	--

5. PRERREQUISITOS

Obligatorios	Ninguno
Recomendados	Administración de las Ventas en Mercados Digitales, Mix de Comunicación Digital

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, preferentemente mercadotecnia, negocios u otra afín, que cuente con conocimientos sobre las estrategias digitales a través del uso de las campañas publicitarias vía Google Ads.