

**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	21/11/2023	

2. COMPETENCIA

El estudiante idea estrategias de marketing digital a través del uso de las funciones de Google Ads, a fin de aprovechar al máximo los principios de segmentación de Google, para el posicionamiento de productos y servicios de las organizaciones.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción Elaborar un plan estratégico de posicionamiento de marca a través del uso de medios y herramientas digitales.

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.

