

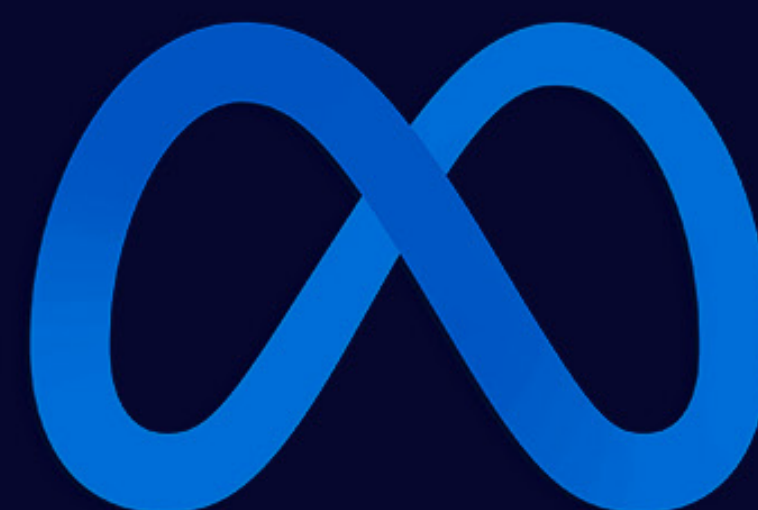


Ads Evolution: Google & Meta Ads para la Transformación Digital

Curso de Especialización



Google Ads



Meta



Presentación

Aprende a planificar, crear y optimizar campañas digitales en Google Ads y Meta Ads, desde cero y con enfoque práctico. Durante el curso conocerás cómo funcionan las principales plataformas publicitarias, cómo definir audiencias, interpretar métricas y tomar decisiones basadas en resultados.



Conocimientos previos

- *Conocimientos básicos de marketing digital.*
- *Manejo básico de Excel o Google Sheets.*
- *Conocimiento básico de redes sociales.*

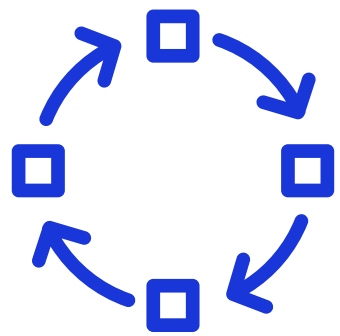
Objetivo

- Dominar los fundamentos, la estructura y la optimización de campañas digitales en Google Ads y Meta Ads.



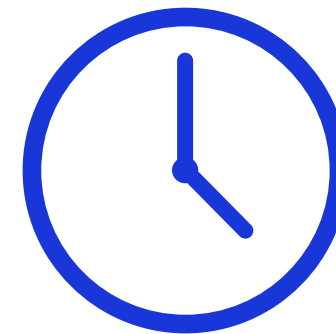


Metodología



Sesiones sincrónicas
basadas en casuísticas
(*casos reales*).

Duración



El curso tiene una
duración de **24 horas**
cronológicas.

Beneficios



Certificación con **validez internacional**.



Instructores y Consultores especialistas en Data y Analytics, reconocidos a nivel latinoamericano.



Acompañamiento, asesoramiento y desarrollo a los alumnos.



Cuenta educativa de Microsoft Learning Partner (acceso a Office 365 online).



Acceso a la comunidad y Bolsa de Trabajo EXCLUSIVA para nuestros estudiantes.



Temario

Tema 1

Ecosistema y fundamentos de la publicidad digital

- Presentación del curso y del docente.
- Ecosistema de medios digitales: *medios propios y pagados (énfasis en los pagados)*.
- Principales canales publicitarios: *buscadores, redes sociales, Display y video*.
- Funnel de conversión y formatos publicitarios por cada etapa.
- Conceptos clave y métricas fundamentales:
 - *CPC, CPM, CTR.*
 - *Conversiones.*
 - *Quality Score.*
 - *ROAS.*
 - *Cuota de impresión.*
- **Caso Práctico:**
Identificación de Medios y Comunicación según el Funnel.

Tema 2

Fundamentos de Google Ads

- Creación de la estructura de una cuenta (*cuenta → campaña → grupo de anuncios → anuncio*).
- Implementación general de los tipos de campaña: *búsqueda, display, video y demand gen.*
- Implementación de Palabras clave y tipos de concordancia (*amplia, frase, exacta, negativa*).
- Configuración de anuncios efectivos: títulos, descripciones y extensiones de anuncio.
- Cómo leer y analizar las métricas básicas en Google Ads.
- **Caso Práctico:**
Simulación de una campaña de búsqueda en Google Ads.



Tema 3

Estrategia y optimización en Google Ads

- Qué es una conversión y cómo se mide dentro de la plataforma.
 - *Diferencias entre pujas manuales y pujas inteligentes (Smart Bidding).*
 - Cómo funciona el algoritmo de Google: *señales, aprendizaje y adaptación.*
 - Relación entre CTR, CPC, CPA y ROAS: *interpretación integral del performance.*
 - Detección de cuellos de botella en el funnel (*tráfico vs. conversión*).
 - Estrategias de puja: *Maximizar clics, maximizar conversiones, CPA objetivo, ROAS objetivo.*
 - Optimización práctica: *control de presupuesto, ajustes de ubicación y palabras negativas.*
 - Cómo analizar e interpretar métricas relacionadas a los competidores.
 - Estrategias para escalar campañas sin perder rentabilidad.
- Qué es el Quality Score y cómo impacta en el costo y posicionamiento del anuncio.
 - Componentes del Quality Score:
 - *CTR esperado.*
 - *Relevancia del anuncio.*
 - *Experiencia en la página de destino.*
 - *Estrategias para mejorarlo: ajustes en copy, keywords y experiencia de usuario.*
 - *Cómo el Quality Score se relaciona con la cuota de impresión y el costo por clic.*
 - Implementación y mantenimiento de palabras clave negativas.
 - Análisis de términos de búsqueda para detectar tráfico no relevante.
 - **Caso Práctico:**
Estrategia y Optimización en Google Ads



Tema 4

Publicidad en Meta Ads

- Creación paso a paso de campañas, conjuntos de anuncios y anuncios.
- *Cómo elegir y ajustar campañas de reconocimiento, tráfico, interacción o conversiones según el propósito del negocio.*
- Segmentación: **intereses, comportamientos y audiencias personalizadas.**
- Cómo limpiar e importar listas de clientes, crear audiencias similares (lookalikes) y audiencias de remarketing.
- Práctica guiada para construir anuncios con imagen, texto (copy) y llamado a la acción (CTA) que conviertan.
- Interpretación práctica de alcance, impresiones, CTR y costo por resultado para mayor optimización.
- Aplicación de pruebas A/B, ajustes de presupuesto y control de frecuencia para mejorar el rendimiento.
- **Caso Práctico:**
Crea tu primera campaña en Meta Ads

Tema 5

Estrategia y aplicación práctica de medios digitales

- Cómo elegir campañas y formatos según el tipo y madurez del negocio.
- Buenas prácticas para planificar y optimizar campañas (**Hacks de optimización**)
- Implementación de Palabras clave y tipos de concordancia (**amplia, frase, exacta, negativa**).
- Plan de medios: cómo estimar clics, impresiones, CTR, ventas o leads a partir del presupuesto.
- **Dinámica final:**
Planifica tu inversión digital



Tema 6

Análisis avanzado de métricas de competitividad

- Comprensión del Ad Rank, cuota de impresiones y cuota perdida por presupuesto o ranking.

Performance Max a profundidad:

- Análisis por canal dentro de PMAX (YouTube, Display, Search, Discovery).
- Cómo leer el rendimiento por asset y tomar decisiones de optimización.
- Estrategias para estructurar señales de audiencia efectivas.
- Exclusión de placement y términos no transaccionales.
- Optimización a nivel recursos creativos.

Optimización de conversiones y señales

- Aplicación de conversiones mejoradas, creación de eventos secundarios y uso estratégico de datos de comportamiento.

Automatización y ajustes inteligentes:

- Aplicación de reglas avanzadas, estrategias de puja (CPA, ROAS, value-based bidding) y uso de la herramienta A/B testing.

Creatividad, análisis competitivo y performance en Meta Ads:

- Desarrollo de estructuras de campaña escalables y uso de la Biblioteca de anuncios de Meta para analizar estrategias de la competencia y detectar oportunidades creativas.



Instructor



José Luis Gallardo
Growth & Digital Marketing Specialist

Especialista en Marketing Digital con más de 5 años de experiencia impulsando el crecimiento y la rentabilidad de negocios en entornos digitales. Enfocado en la definición de estrategias full funnel, optimización de conversión y gestión de Paid Media.

Con Máster en Marketing & E-Commerce, además de especialización en plataformas digitales y formación en Estrategia Growth.

Certificación

Al finalizar el curso, el alumno obtendrá doble certificación a nombre de la institución.





Empresas líderes del mercado que confían en nosotros



Los Quenuales



GLENCORE





Métodos de pago



BCP - Banco de Credito

Nombre: Levo Learning SAC

RUC: 20606130661

Cuenta Corriente: 19171497185076

CCI: 00219117149718507658



BBVA - Banco Continental

Nombre: Levo Learning SAC

RUC: 20606130661

Cuenta Corriente: 00107330200144657

CCI: 01173300020014465730



LEVO LEARNING CENTER SAC

@levolearning



Información Adicional

Importante

Las fechas previstas para el inicio del curso ***están sujetas a cambios basados en la cantidad de personas registradas.***

Nuestra prioridad es asegurar que todos los inscritos puedan participar y aprovechar al máximo esta experiencia educativa. Se notificará con antelación cualquier ajuste necesario.

Sé disruptivo en el mundo tecnológico

LLC

Levo Learning Center

Educación Continua
Av. Pershing 890
Lima - Perú

www.levolearning.edu.pe
Cel: +51 986 619 728
informes@levolearning.edu.pe

Avalados por:

