



# Ads Evolution: Google & Meta Ads para la Transformación Digital

---

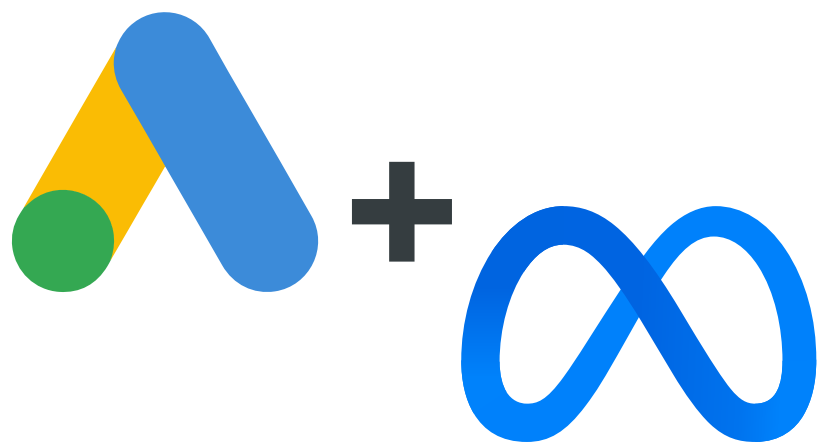
Curso de Especialización





# 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.*

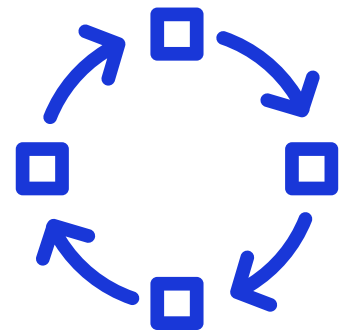
## Objetivos

- **Dominar los fundamentos, la estructura y la optimización de campañas digitales en Google Ads y Meta Ads.**
- **Prepararte para obtener la Certificación de Google Ads (Oficial de Google)**





## 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





# 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](http://www.levolearning.edu.pe)  
Cel: +51 986 619 728  
[informes@levolearning.edu.pe](mailto:informes@levolearning.edu.pe)

Avalados por:

