



**SERCA**  
INSTITUTO  
DE ALTOS ESTUDIOS  
ESPECIALIZADOS

# CURSO ONLINE EN SEM: CREACIÓN Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD EN BUSCADORES



FORMACIÓN PERMANENTE

---

[WWW.INSTITUTOSERCA.COM](http://WWW.INSTITUTOSERCA.COM)



## Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



# Metodología de **Estudio**

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





## Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

# Presentación del Programa

Especialízate con el **Curso de SEM: Creación y Gestión de Campañas de Publicidad en Buscadores** de Instituto Serca, una formación diseñada para quienes desean dominar una de las disciplinas más demandadas del marketing digital actual. La publicidad en buscadores se ha consolidado como una herramienta imprescindible para conectar con usuarios que buscan activamente productos y servicios, lo que la convierte en un canal de alto rendimiento para cualquier negocio.

A lo largo del programa, abordarás desde los fundamentos del ecosistema publicitario digital y la investigación de palabras clave hasta la creación y optimización de campañas en Google Ads y Microsoft Advertising. Profundizarás en estrategias de puja, segmentación avanzada de audiencias, remarketing, diseño de páginas de destino de alto rendimiento y analítica aplicada a la medición de resultados.

Además, trabajarás con herramientas profesionales como Google Analytics 4, Looker Studio y Google Tag Manager, adquiriendo competencias que te permitirán gestionar cuentas SEM de forma integral. Esta formación online te preparará para planificar estrategias publicitarias eficaces, optimizar presupuestos y adaptarte a las tendencias emergentes del sector.



**Duración:** 150 horas



**Créditos:** 6 Créditos ECTS



**Metodología:** Online



**Matriculación:** Permanente

## Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del SEM, diferenciando sus disciplinas dentro del marketing digital.
- ✓ Dominar la configuración de Google Ads, aplicando su estructura jerárquica de cuenta y campañas.
- ✓ Diseñar estrategias de palabras clave, clasificando concordancias según la intención de búsqueda del usuario.
- ✓ Elaborar campañas de búsqueda, display y vídeo, seleccionando formatos según objetivos de negocio.
- ✓ Desarrollar páginas de destino eficaces, implementando pruebas A/B para maximizar conversiones.
- ✓ Aplicar estrategias de puja y presupuesto, utilizando sistemas automatizados basados en inteligencia artificial.
- ✓ Analizar el rendimiento de campañas, interpretando métricas clave y modelos de atribución de conversiones.
- ✓ Diseñar planes estratégicos SEM multicanal, incorporando tendencias emergentes y diversificación de plataformas.



## 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING EN BUSCADORES Y EL ECOSISTEMA DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

- 1.1. Concepto y evolución histórica del Search Engine Marketing (SEM)
- 1.2. Diferencias y sinergias entre SEO, SEM y otras disciplinas de marketing digital
- 1.3. El ecosistema de la publicidad en buscadores: actores y modelos de negocio
- 1.4. Principales plataformas de publicidad en buscadores en el panorama global
- 1.5. El comportamiento del usuario en los motores de búsqueda y su impacto publicitario
- 1.6. Marco legal y normativo aplicable a la publicidad digital en buscadores

## 2: ARQUITECTURA Y CONFIGURACIÓN DE LA PLATAFORMA GOOGLE ADS

- 2.1. Estructura jerárquica de una cuenta de Google Ads: cuenta, campañas, grupos de anuncios y anuncios
- 2.2. Creación y configuración inicial de una cuenta publicitaria en Google Ads
- 2.3. Interfaz de Google Ads: navegación, paneles principales y funcionalidades clave
- 2.4. Google Ads Editor: gestión masiva y edición offline de campañas publicitarias
- 2.5. El centro de cuentas de administrador (MCC) para la gestión profesional multicitiente
- 2.6. Configuraciones avanzadas a nivel de cuenta y de campaña



## 3: INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE Y ESTRATEGIA DE CONCORDANCIAS

- 3.1. Fundamentos de la investigación de palabras clave orientada a campañas SEM
- 3.2. Herramientas para la investigación y selección de palabras clave
- 3.3. Clasificación de palabras clave según la intención de búsqueda del usuario
- 3.4. Tipos de concordancia en Google Ads y su aplicación estratégica
- 3.5. Estrategia de palabras clave negativas para la protección y optimización del presupuesto
- 3.6. Organización y agrupación temática de palabras clave en grupos de anuncios eficaces
- 3.7. Estimación de volúmenes de búsqueda, nivel de competencia y coste por clic para la planificación presupuestaria

## 4: CREACIÓN Y CONFIGURACIÓN DE CAMPAÑAS DE BÚSQUEDA EN GOOGLE ADS

- 4.1. Planificación estratégica previa a la creación de una campaña de búsqueda: objetivos y estructura
- 4.2. Configuración paso a paso de una campaña de búsqueda en Google Ads
- 4.3. Diseño y creación de grupos de anuncios con estructura coherente y eficaz
- 4.4. Redacción de anuncios de búsqueda responsivos (RSA): principios y buenas prácticas
- 4.5. Extensiones y recursos de anuncio: tipología, configuración y valor añadido
- 4.6. El nivel de calidad (Quality Score): componentes, impacto y estrategias de mejora



## 5: CAMPAÑAS DE DISPLAY, VÍDEO Y OTROS FORMATOS PUBLICITARIOS EN GOOGLE ADS

- 5.1. Campañas en la Red de Display de Google: fundamentos, alcance y oportunidades
- 5.2. Campañas de vídeo en YouTube y la red de partners de vídeo de Google
- 5.3. Campañas de Shopping para negocios de comercio electrónico
- 5.4. Campañas Performance Max: funcionamiento, configuración y aplicación estratégica
- 5.5. Campañas de aplicaciones móviles y campañas de generación de demanda (Demand Gen)
- 5.6. Criterios estratégicos para la selección del tipo de campaña según los objetivos de negocio

## 6: PÁGINAS DE DESTINO Y OPTIMIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA POST-CLIC

- 6.1. El papel determinante de la página de destino en la eficacia global de las campañas SEM
- 6.2. Principios de diseño y usabilidad orientados a la maximización de la conversión
- 6.3. Redacción persuasiva y alineación coherente del mensaje entre anuncio y landing page
- 6.4. Elementos clave de una página de destino de alto rendimiento en campañas SEM
- 6.5. Metodología de testing A/B aplicada a la optimización de páginas de destino
- 6.6. Herramientas profesionales de creación, publicación y optimización de landing pages



## 7: ESTRATEGIAS DE PUJA, PRESUPUESTO Y PLANIFICACIÓN FINANCIERA DE CAMPAÑAS

- 7.1. Funcionamiento del sistema de subastas en tiempo real de Google Ads
- 7.2. Estrategias de puja manual: control, ventajas y escenarios de aplicación
- 7.3. Estrategias de puja automática basadas en inteligencia artificial y aprendizaje automático
- 7.4. Criterios de selección de la estrategia de puja óptima según la fase y madurez de la campaña
- 7.5. Planificación y gestión eficiente del presupuesto publicitario
- 7.6. Ajustes de puja segmentados por dispositivo, ubicación geográfica, horario y audiencia

## 8: SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS Y ESTRATEGIAS AVANZADAS DE TARGETING

- 8.1. Concepto, tipología y evolución de las audiencias en el ecosistema de Google Ads
- 8.2. Audiencias basadas en datos propios del anunciante (first-party data)
- 8.3. Audiencias predefinidas de Google: segmentos de afinidad, intención y eventos vitales
- 8.4. Señales de audiencia y segmentos similares en campañas automatizadas
- 8.5. Estrategias de remarketing y retargeting en campañas de búsqueda y display
- 8.6. Combinación de estrategias de audiencia con segmentación contextual y demográfica
- 8.7. Impacto de la normativa de privacidad y la eliminación progresiva de cookies en las estrategias de audiencia



## 9: SEGUIMIENTO DE CONVERSIONES, ANALÍTICA Y MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO DE CAMPAÑAS

- 9.1. Definición y configuración de objetivos de conversión en Google Ads
- 9.2. Integración de Google Ads con Google Analytics 4 para el análisis avanzado del rendimiento
- 9.3. Modelos de atribución y su impacto en la evaluación y optimización de campañas
- 9.4. Métricas clave de rendimiento (KPIs) en campañas de publicidad en buscadores
- 9.5. Creación de informes y cuadros de mando personalizados para el análisis de campañas
- 9.6. Seguimiento de conversiones offline y modelos de conversión mejorada (enhanced conversions)

## 10: OPTIMIZACIÓN CONTINUA Y GESTIÓN AVANZADA DE CAMPAÑAS SEM

- 10.1. Metodología sistemática de optimización de campañas SEM: ciclo de mejora continua
- 10.2. Análisis del informe de términos de búsqueda y depuración estratégica de palabras clave
- 10.3. Optimización del rendimiento de los anuncios: pruebas, rotación y mejora de la relevancia
- 10.4. Optimización de estrategias de puja y redistribución presupuestaria basada en datos de rendimiento
- 10.5. Uso de scripts de Google Ads para la automatización de tareas de gestión recurrentes
- 10.6. Experimentos y pruebas de campaña (Campaign Experiments) para la validación de hipótesis
- 10.7. Gestión de campañas estacionales y adaptación proactiva a cambios del mercado y la demanda
- 10.8. Diagnóstico y resolución de problemas frecuentes en la gestión operativa de campañas SEM



## 11: MICROSOFT ADVERTISING Y DIVERSIFICACIÓN DE PLATAFORMAS SEM

- 11.1. Microsoft Advertising (Bing Ads): plataforma, alcance y oportunidades diferenciales
- 11.2. Creación y configuración de campañas publicitarias en Microsoft Advertising
- 11.3. Amazon Ads y la publicidad en buscadores integrados en plataformas de marketplace
- 11.4. Estrategias de diversificación multicanal en SEM para la maximización del alcance
- 11.5. Criterios de asignación presupuestaria entre múltiples plataformas publicitarias de búsqueda

## 12: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, GESTIÓN PROFESIONAL Y TENDENCIAS EMERGENTES EN SEM

- 12.1. Diseño del plan estratégico SEM integrado en la estrategia global de marketing digital
- 12.2. Flujo de trabajo profesional para la gestión integral de cuentas SEM
- 12.3. Herramientas complementarias para la gestión profesional y eficiente de campañas SEM
- 12.4. Certificaciones profesionales de la industria y desarrollo de la carrera en SEM
- 12.5. Tendencias emergentes y visión prospectiva del futuro del marketing en buscadores
- 12.6. Caso práctico integral: diseño, lanzamiento y optimización de una estrategia SEM completa



# Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



# Proceso de **Matriculación**



## Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

**Matricúlate**

**Más información**





# Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.

# ¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



## Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



## Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



## Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

# ¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



## A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



## Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



## Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



**SERCA**

INSTITUTO  
DE ALTOS ESTUDIOS  
ESPECIALIZADOS



## ¿Necesita más **información**?

 [www.institutoserca.com](http://www.institutoserca.com)

 [info@institutoserca.com](mailto:info@institutoserca.com)

 +34 958 372 363 / 660 880 416

