ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Publicidad en Buscadores (SEM): Fundamentos de las Campañas de Pago por Clic

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con nuestro Curso de Formación Permanente en Publicidad en Buscadores (SEM) y domina una de las disciplinas más demandadas del marketing digital actual. En ICUFOR te preparamos para diseñar, gestionar y optimizar campañas de pago por clic que generen resultados medibles, permitiéndote destacar en un sector donde la inversión publicitaria en buscadores crece de forma constante.

A lo largo de esta formación, profundizarás en el funcionamiento del modelo de subasta publicitaria, aprenderás a estructurar cuentas en Google Ads de manera escalable y dominarás técnicas avanzadas de investigación de palabras clave.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos del marketing digital y el ecosistema de los motores de búsqueda, identificando el modelo de subasta publicitaria, el nivel de calidad y las diferencias entre posicionamiento orgánico y publicidad de pago.

Diseñar la planificación estratégica de campañas de pago por clic, definiendo objetivos de negocio, indicadores clave de rendimiento, presupuestos y embudos de conversión alineados con el plan de marketing global.

Dominar la estructura y configuración de cuentas en Google Ads, aplicando criterios de segmentación, nomenclatura y escalabilidad a los distintos tipos de campaña —búsqueda, display, vídeo y shopping—.

Desarrollar una investigación de palabras clave rigurosa y sistemática, clasificando los términos según intención de búsqueda, tipo de concordancia y potencial de retorno, e incorporando listas de palabras clave negativas para el control del gasto.

Elaborar anuncios persuasivos y optimizados para buscadores, utilizando técnicas de copywriting orientado a la conversión, extensiones de anuncio, pruebas A/B y páginas de destino vinculadas que contribuyan a la mejora del Quality Score.

Aplicar estrategias de puja y segmentación de audiencias, diferenciando entre modelos manuales y automatizados —incluido Smart Bidding— y gestionando la distribución presupuestaria de forma eficiente según datos de rendimiento.

Objetivos del curso

Implementar el seguimiento de conversiones y la analítica avanzada, integrando Google Ads con Google Analytics 4 y Google Tag Manager para llevar a cabo un proceso de optimización continua basado en métricas y elaborar informes orientados a la toma de decisiones.

Conocer las tendencias avanzadas en la gestión profesional de campañas SEM, analizando el impacto de la inteligencia artificial, las campañas Performance Max, la publicidad en Google Shopping y la diversificación de plataformas, incorporando buenas prácticas éticas y rutinas de auditoría periódica.

Temario

01 Fundamentos del marketing digital y el ecosistema de los motores de búsqueda

1.1. Evolución del marketing digital y su impacto en la estrategia empresarial contemporánea
1.2. Funcionamiento de los motores de búsqueda y el proceso de búsqueda del usuario
1.3. Diferencias entre el posicionamiento orgánico (SEO) y la publicidad en buscadores (SEM)
1.4. El modelo de subasta publicitaria en los motores de búsqueda
1.5. Principales plataformas de publicidad en buscadores y marco legal aplicable

02 Planificación estratégica de campañas de pago por clic (PPC)

2.1. Definición de objetivos de negocio y su alineación con las campañas SEM
2.2. Análisis del mercado, la competencia y el público objetivo antes del lanzamiento
2.3. Planificación del presupuesto publicitario y criterios de distribución entre campañas
2.4. Selección de la tipología de campaña más adecuada según los objetivos estratégicos
2.5. Diseño del embudo de conversión aplicado a campañas de pago por clic
2.6. Definición del calendario de lanzamiento y fases de implementación

Temario

03 Estructura y configuración de cuentas en Google Ads

3.1. Arquitectura jerárquica de una cuenta de Google Ads: cuenta, campañas, grupos de anuncios y anuncios
3.2. Creación y configuración inicial de una cuenta publicitaria en Google Ads
3.3. Diseño de una estructura de campañas eficiente, coherente y escalable
3.4. Configuración de campañas de búsqueda: ajustes esenciales para el lanzamiento
3.5. Configuración de campañas de display: características y casos de uso
3.6. Configuración de campañas de vídeo y shopping: particularidades diferenciales
3.7. Gestión de permisos, accesos y roles de usuario dentro de la cuenta publicitaria

Temario

04 Investigación de palabras clave y estrategia de concordancias

4.1. Fundamentos de la investigación de palabras clave para campañas de pago por clic
4.2. Herramientas para la investigación, selección y priorización de palabras clave
4.3. Tipos de concordancia de palabras clave y su impacto en la segmentación del tráfico
4.4. Uso estratégico de palabras clave negativas para el control del gasto
4.5. Organización y agrupación de palabras clave por grupos de anuncios coherentes
4.6. Análisis del informe de términos de búsqueda y optimización continua del listado de palabras clave
4.7. Estimación del volumen de búsqueda, nivel de competencia y coste por clic esperado

Temario

05 Creación, redacción y optimización de anuncios en buscadores

5.1. Principios de copywriting persuasivo aplicado a la publicidad en buscadores
5.2. Tipologías de anuncios en Google Ads
5.3. Extensiones de anuncio (assets): tipos, configuración y mejores prácticas de implementación
5.4. Diseño y optimización de páginas de destino vinculadas a los anuncios
5.5. Pruebas A/B y experimentación sistemática en la creatividad de los anuncios
5.6. Evaluación del rendimiento de los anuncios y mejora del Quality Score

Temario

06 Estrategias de puja, gestión del presupuesto y segmentación de audiencias

6.1. Modelos de puja en publicidad PPC: CPC, CPM, CPA y ROAS
6.2. Pujas manuales frente a pujas automáticas: diferencias y criterios de selección
6.3. Estrategias de Smart Bidding y automatización avanzada de pujas
6.4. Gestión y distribución del presupuesto diario y mensual en cuentas publicitarias
6.5. Segmentación de audiencias en campañas de búsqueda
6.6. Segmentación de audiencias en campañas de display y vídeo
6.7. Ajustes de puja por dispositivo, ubicación geográfica, horario y segmento de audiencia
6.8. Simuladores de puja y herramientas de previsión de rendimiento en Google Ads

Temario

07 Seguimiento de conversiones, analítica y optimización del rendimiento de campañas

7.1. Configuración del seguimiento de conversiones en Google Ads
7.2. Integración de Google Ads con Google Analytics 4 para el análisis avanzado de campañas
7.3. Métricas fundamentales para la evaluación integral de campañas PPC
7.4. Proceso sistemático de optimización continua de campañas activas
7.5. Elaboración de informes y cuadros de mando para la toma de decisiones
7.6. Diagnóstico y resolución de problemas frecuentes en la gestión de campañas SEM

08 Tendencias avanzadas y buenas prácticas en la gestión profesional de campañas SEM

8.1. Automatización e inteligencia artificial aplicadas a la gestión de campañas PPC
8.2. Publicidad en buscadores para comercio electrónico: Google Shopping y campañas de feed de productos
8.3. Gestión de campañas SEM en Microsoft Advertising y diversificación de plataformas publicitarias
8.4. Buenas prácticas profesionales y errores frecuentes en la gestión de cuentas PPC

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

