

Guía Docente
Campañas SEM
Primera Convocatoria 2024/2025

Datos generales de la asignatura

Programa:	Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital
Asignatura:	Campañas SEM
Medida:	6.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria

Temario

1. Introducción al Search Engine Marketing (SEM)
2. Estructura de cuentas y planificación de campañas
3. Investigación de palabras clave (Keyword Research)
4. Configuración de campañas de búsqueda
5. Estrategias de puja y creación de anuncios
6. Publicidad en Google Display Network
7. Campañas de vídeo y Performance Max
8. Analítica, optimización y reporting
9. Gestión de clientes y casos reales
10. Taller práctico

Equipo docente**Resultados de aprendizaje****Competencia básica****Competencias generales**

Seleccionar palabras clave, estrategias de puja y acciones de optimización en función de objetivos de rendimiento. (Competencias Instrumentales)

Aplicar los principios del marketing en buscadores en la configuración, optimización y mejora real de campañas digitales. (Competencias Sistémicas)

Analizar y valorar decisiones y resultados de campañas SEM, comunicando criterios de mejora en entornos profesionales. (Competencias Interpersonales)

Conocimientos

Analizar los elementos que intervienen en la planificación de campañas de publicidad en buscadores, incluyendo selección de palabras clave, segmentación y estrategia de pujas.

Sintetizar información procedente de datos de rendimiento para estructurar acciones de optimización orientadas a la mejora de resultados.

Evaluar la eficacia y rentabilidad de las campañas SEM en función de indicadores de conversión, visibilidad e impacto.

Destrezas

Actuar en la definición de campañas de publicidad en buscadores conforme a objetivos de conversión y rentabilidad. (Plano Subjetivo)

Ejecutar la configuración y optimización de anuncios aplicando criterios de segmentación, puja y mejora del rendimiento. (Plano Psicomotor)

Actividades formativas

Sesiones expositivas en aula orientadas a la transmisión de contenidos teóricos del programa	Presencial	30.0
Resolución y análisis de casos prácticos orientados a la aplicación de los conocimientos adquiridos.	Presencial	35.0
Trabajo individual orientado al estudio, lectura de materiales y desarrollo de actividades.	Asíncrona	45.0
Actividades colaborativas orientadas al aprendizaje conjunto y la aplicación práctica de contenidos.	Presencial	15.0
Seguimiento, orientación y apoyo académico al estudiante.	Presencial	10.0
Participación en seminarios y sesiones orientadas al refuerzo y actualización de conocimientos.	Presencial	15.0

Actividades de evaluación

Evaluación teórica mediante prueba objetiva realizada en entorno presencial.

Desarrollo de trabajos prácticos individuales orientados al análisis y aplicación de los contenidos del programa.

Evaluación continua de la participación, implicación y seguimiento del estudiante en el aula.