



## Curso: Google Ads (ex-AdWords)

**Duração:** 18h

**Área formativa:** Marketing Digital


---

### Sobre o curso

O Google Ads é um serviço de publicidade de performance da Google - pagamento por clique -, que permite a colocação de anúncios contextualmente relacionados com os resultados das pesquisas efetuadas, sendo uma das ferramentas mais interessantes para atrair tráfego qualificado para um site. Entre as vantagens de utilização destacam-se a elevada capacidade de segmentação, monitorização e otimização contínua.

Este curso tem como objetivos:

Dotar os formandos das competências necessárias ao desenvolvimento e implementação de campanhas Google Ads, com recurso à ferramenta Google Ads Editor.

Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um badge digital para partilhares  com a tua rede profissional online. Sabe mais sobre os badges digitais [aqui](#).

---

### Destinatários

Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design, e Gestores de conteúdos online são o público-alvo da formação em Google Ads.

---

### Pré-requisitos

Conhecimentos gerais de navegação na Internet são pertinentes para a frequência no curso de Google Ads.

---

### Metodologia

Formação Presencial ou Live Training (Formação Online Síncrona).

---

# Programa

- Introdução ao Ads
- Objetivos
- Segmentação
- Ferramentas do Ads
- Lances e Orçamento
- Anúncios
- Destinos
- Cliques inválidos
- Segmentação para a Rede de Display
- Campanhas na Rede de Display
- Análise de Resultados
- Otimizar o desempenho
- Controlo
- Otimização
- O Ads Editor
- MCC (My Client Center)
  
- Introdução ao Ads
  - O que é e como funciona o Google Ads
  - Conceitos gerais e principais vantagens
  - Índice de Qualidade
  - Classificação do Anúncio
  - CPC Real
  - Anatomia de uma conta Ads
  - Interface do Google Ads (versão web) – Visão geral das funcionalidades
  - Criação de uma conta
  - Faturação e outras definições a nível de conta
  - Os seis passos para uma campanha otimizada
- Objetivos
  - Definir os objetivos das Campanhas de Ads
  - Estruturar Campanhas em função dos objetivos
- Segmentação
  - Rede de Pesquisa & Display
  - Segmentação por palavras-chave
  - Segmentação Geográfica e por Idioma
  - Segmentação por dispositivo
  - Segmentação por horário
- Ferramentas do Ads
  - Histórico de alterações
  - Oportunidades
  - Exclusão de IP
  - Estimador de tráfego
  - Previsão e diagnóstico de anúncios
  - Planeador de palavras-chave
- Lances e Orçamento
  - Orçamento de uma campanha de Ads
  - Orçamento diário e mensal
  - Tipos de licitação
- Anúncios

- Os vários formatos de anúncios
- Regras, guidelines, políticas editoriais do Ads e boas práticas na criação de anúncios
- Extensões
- Anúncios de pesquisa dinâmicos
- Destinos
  - Escolher a página de destino certa
  - Boas práticas para uma página de destino eficaz - Qualidade do site
- Cliques inválidos
- Segmentação para a Rede de Display
  - Posicionamentos
  - Lista de Interesses/Tópicos
  - Remarketing
  - Segmentação demográfica
  - Segmentação contextual com Palavras-Chave
- Campanhas na Rede de Display
  - Tamanhos e formatos para anúncios de display
  - Gerar criativos
  - Estruturar e implementar a campanha e grupos de anúncios
- Análise de Resultados
  - Conversion Tracking - Acompanhamento de conversões
  - Dimensões
  - Relatórios do Ads
  - O Ads e o Google Analytics
- Otimizar o desempenho
  - Otimizar campanhas e Grupos de anúncios
  - Otimizar anúncios: Keyword Insertion Tool
  - Otimizar Índice de Qualidade
  - Otimizar para conversões
  - Informações de leilões
- Controlo
  - Análise de Resultados de uma campanha
- Otimização
  - Configurar o acompanhamento de conversões
  - Importância da otimização contínua
  - Partir da análise de resultados para a otimização da campanha
- O Google Ads Editor
  - Vantagens do Google Ads Editor
  - Interface do Google Ads Editor
  - Configuração de uma ou mais contas
- MCC (My Client Center).