

Google Ads + YouTube Ads

Aprende a planear, lanzar, medir y optimizar campañas de Búsqueda, Demand Gen y YouTube para tu propio negocio, con la IA de Google a tu favor.

40 horas

10 sesiones de 4 horas

Presencial

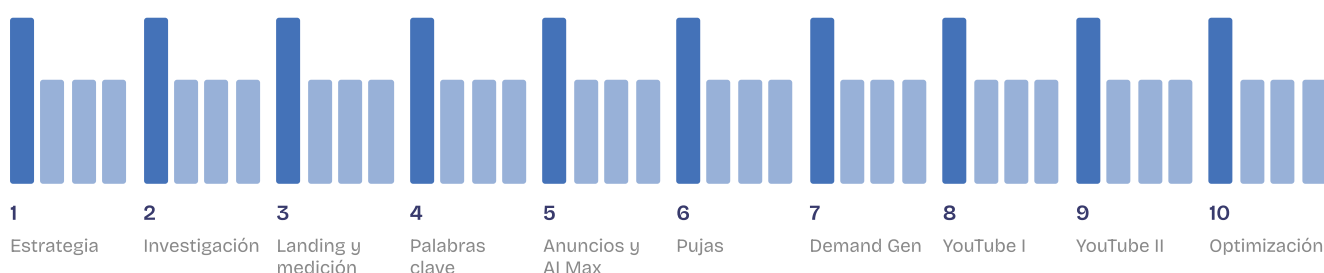
Medellín, grupos reducidos

Sobre tu negocio

Sales con campañas activas

Recorrido del curso, hora por hora

Hora 1 a hora 40



Qué vas a lograr

Al terminar el curso sabrás planear, lanzar, medir y optimizar por tu cuenta campañas de Búsqueda, Demand Gen y YouTube para tu negocio. Te llevas una landing medida, campañas activas y el criterio para usar las herramientas de IA de Google sin perder el control de tu presupuesto.

Objetivos específicos

Definir metas de negocio medibles y traducirlas a un costo por cliente y un presupuesto viables.

Investigar mercado, competencia y palabras clave, y construir una propuesta única de venta.

Construir una landing en Lovable con medición de conversiones confiable.

Montar campañas de Búsqueda con AI Max usando sus controles para que la IA trabaje a favor del negocio.

Lanzar remarketing y campañas de video en Demand Gen y YouTube con creatividades hechas con IA.

Leer informes, aplicar el principio 80/20 y automatizar la optimización con IA.

Cómo es cada sesión de 4 horas

1 h	2,5 h	0,5
Concepto	Taller sobre tu negocio	Revisión

No es autoestudio ni contenido grabado. Cada concepto se aplica de inmediato en tu propia cuenta, con corrección en vivo del docente.

Libro base

Ultimate Guide to Google Ads, 6.^a edición, de Perry Marshall, Bryan Todd y Mike Rhodes (Entrepreneur Press, 2020). Cada sesión indica los capítulos que la sustentan y cómo se actualizan con los cambios de la plataforma de 2025 y 2026.

Lo que el libro no alcanzó a cubrir

La plataforma cambió mucho desde 2020. El curso enseña Google Ads como funciona hoy, así que estas novedades están integradas en las sesiones.

AI Max para Búsqueda

Fuente: blog oficial de Google

Reemplaza a los anuncios dinámicos de búsqueda. Amplía la concordancia de términos, personaliza los textos y expande las URL finales, con controles de marca, ubicación y pautas de texto. Desde septiembre de 2026 Google actualiza automáticamente las campañas con recursos automáticos o concordancia amplia a nivel de campaña. Los anuncios dinámicos se retiran a partir de febrero de 2027.

Display pasa a Demand Gen

Fuente: Search Engine Journal

Desde junio de 2026 existe una herramienta para migrar las campañas de Display a Demand Gen, que reúne YouTube, Discover, Gmail y la Red de Display. Más adelante no se podrán crear campañas de Display independientes.

Fin de las campañas de video para conversiones

Fuente: Ayuda de Google Ads

Ya no se pueden crear desde abril de 2025. Demand Gen las reemplaza y agrega formatos de imagen, carrusel y segmentos similares.

Google Marketing Live 2026

Fuente: blog oficial de Google

Ask Advisor, un agente con Gemini que trabaja sobre Google Ads, Analytics y Merchant Center; mejoras en Asset Studio para crear piezas con IA, y nuevos formatos de anuncios para búsquedas conversacionales.

GA4 y medición

Actualización del capítulo 27

El libro usa la versión anterior de Google Analytics. En el curso se trabaja con GA4, la etiqueta de Google y las conversiones mejoradas.

Las tres campañas que vas a montar

Búsqueda con AI Max

Para captar a quien ya está buscando lo que vendes.

Demand Gen

Para el remarketing y para llegar a públicos nuevos con imagen y video.

YouTube

Para que te conozcan con video horizontal y Shorts.

Las novedades marcadas con * en las sesiones provienen de fuentes no oficiales y se confirman en la cuenta antes de iniciar cada grupo. Algunas funciones se lanzan primero en Estados Unidos; su disponibilidad en Colombia también se verifica antes de cada grupo.

Las 10 sesiones

1

Horas 1 a 4

Google Ads en la era de la IA: estrategia y metas

Entenderás cómo funciona hoy la subasta y el mapa actual de campañas, y fijarás metas medibles para tu negocio.

Contenidos	Subasta y nivel de calidad. Mapa de campañas 2026: Búsqueda con AI Max, Demand Gen, YouTube y Performance Max. Qué automatiza la IA y qué sigues decidiendo tú. El embudo de conversión.
Del libro	Capítulos 1, 2 y 3.
Taller	Crear la cuenta en modo experto, calcular el costo máximo por cliente (CPA) y definir el presupuesto de prueba.
Entregable	Ficha del negocio con objetivo, CPA máximo y presupuesto.

2

Horas 5 a 8

Investigación, nicho y propuesta única de venta

Identificarás dónde puede competir tu negocio y con qué mensaje.

Contenidos	Investigación de mercado e intención de búsqueda. Análisis de la competencia en el Centro de Transparencia de Anuncios. Planificador de Palabras Clave. Nichos donde es más fácil ganar. Construcción de la propuesta única de venta (USP).
Del libro	Capítulos 4, 5, 20 y 21.
Taller	Analizar 3 competidores con apoyo de Claude y armar la lista inicial de palabras clave.
Entregable	USP redactada, mapa de competencia y lista de palabras clave priorizada.

3

Horas 9 a 12

Landing en Lovable y medición de conversiones

Tendrás una página que convierte y una medición confiable, que es lo que alimenta a la IA de Google.

Contenidos	Estructura de una landing de alta conversión. Etiqueta de Google y GA4. Acciones de conversión: formulario, clic a WhatsApp y llamada. Conversiones mejoradas. Por qué con datos malos las pujas inteligentes optimizan mal.
Del libro	Capítulos 7, 11, 19 y 27, este último adaptado a GA4.
Taller	Construir y publicar la landing en Lovable, instalar la etiqueta y probar cada conversión.
Entregable	Landing publicada con conversiones verificadas en Google Ads y GA4.

4

Horas 13 a 16

Palabras clave y estructura de campañas de Búsqueda

Diseñarás una estructura que te dé control y que le sirva bien a AI Max.

Contenidos	Concordancia exacta, de frase y amplia en la era de AI Max. Palabras clave negativas como principal herramienta de control. Grupos de anuncios por intención. Configuración de ubicación, idioma y horario.
Del libro	Capítulos 6 y 9.
Novedad	Las palabras clave de concordancia exacta y de frase ya pueden mostrar anuncios de texto en AI Mode.*
Taller	Armar la campaña de Búsqueda con sus grupos de anuncios y su lista de negativas.
Entregable	Campaña de Búsqueda estructurada, lista para publicar.

5

Horas 17 a 20

Anuncios que ganan el clic y AI Max

Escribirás anuncios con buen CTR y activarás AI Max sin perder el control sobre los términos, los textos y las URL.

Contenidos	Anuncios de búsqueda responsivos. Recursos del anuncio (antes llamados extensiones). Cómo funciona AI Max: concordancia de términos, personalización de texto y expansión de URL. Controles de marca y ubicación, pautas de texto y exclusión de URL. Qué cambia con la actualización automática de septiembre de 2026.
Del libro	Capítulos 10, 12 y parte del 24.
Novedad	Vista previa de los textos generados por AI Max e informe de términos de búsqueda y combinaciones de anuncios.*
Taller	Generar variantes de títulos con Claude, filtrarlas con los criterios del libro, activar AI Max con sus controles y publicar.
Entregable	Campaña de Búsqueda con AI Max activa.

6

Horas 21 a 24

Pujas inteligentes y presupuesto

Elegirás la estrategia de puja según la etapa de tu negocio y tu volumen de conversiones.

Contenidos	Maximizar clics, Maximizar conversiones, CPA objetivo y ROAS objetivo. Periodo de aprendizaje y cuándo cambiar de estrategia. Ritmo del presupuesto. Qué recomendaciones de Google aceptar y cuáles no.
Del libro	Capítulo 8.
Novedad	La guía de aprendizaje de Smart Bidding pasa a unas 50 conversiones o tres ciclos de conversión.*
Taller	Definir tu estrategia de puja y tu regla para escalar.
Entregable	Estrategia de puja documentada con su criterio de cambio.

7

Horas 25 a 28

Demand Gen: audiencias, Display y remarketing

Volverás a impactar a quien ya visitó tu página y llegarás a públicos nuevos con audiencias.

Contenidos	Migración de Display a Demand Gen. Segmentos de audiencia: intereses, personalizados, Customer Match y similares. Remarketing. Formatos de imagen y carrusel. Inventario de YouTube, Discover, Gmail y Display.
Del libro	Capítulos 13, 14 y 18; el 13 adaptado a Demand Gen.
Taller	Crear listas de remarketing y una campaña Demand Gen de remarketing con imágenes hechas en Asset Studio o con IA.
Entregable	Listas de audiencia activas y campaña de remarketing lista.

8

Horas 29 a 32

YouTube Ads I: creatividad en video con IA

Producirás un anuncio de video que capte la atención y lleve a la acción.

Contenidos	Formatos: in-stream saltable y no saltable, bumper, in-feed y Shorts verticales. Estructura del guion: gancho, problema, solución, prueba y llamado a la acción. Producción con IA y Asset Studio. Versiones vertical y horizontal. Etiquetado de contenido generado con IA.
Del libro	Capítulos 16 y 17; Gmail se trabaja como inventario de Demand Gen.
Novedad	Creación de video multimodal y doblaje con IA en Asset Studio.*
Taller	Escribir el guion con Claude, producir el video con herramientas de IA y subirlo al canal vinculado a la cuenta.
Entregable	Video del anuncio en formato horizontal y vertical.

9

Horas 33 a 36

YouTube Ads II: campañas de video y Demand Gen

Lanzarás una campaña de YouTube con el objetivo correcto y sabrás medirla.

Contenidos	Campañas de video según objetivo: alcance, consideración y conversiones con Demand Gen. Segmentación. Remarketing a quienes vieron tus videos. Métricas: costo por vista, tasa de visualización, conversiones post-venta y búsquedas de marca.
Del libro	Capítulos 16 y 18.
Novedad	El umbral de interacción en video sube de 5 a 10 segundos, lo que puede bajar las métricas sin que cambie el rendimiento real.*
Taller	Lanzar la campaña de YouTube conectada a las audiencias de la sesión 7.
Entregable	Campaña de YouTube activa.

10

Horas 37 a 40

Optimización, 80/20 y automatización con IA

Leerás tus resultados, encontrarás el 20% que produce el 80% y automatizarás tus revisiones.

Contenidos	Informes de términos de búsqueda y de AI Max. El 80/20 aplicado a palabras clave, anuncios y audiencias. Experimentos. Reglas automatizadas y scripts. Ask Advisor e insights con Gemini. Agentes de Claude para analizar informes. Seguimiento de leads por WhatsApp y email. Panorama de Performance Max y cuándo no conviene.
Del libro	Capítulos 22, 23, 24, 25 y 26.
Taller	Optimización en vivo de tus campañas y creación de un agente de Claude que revise tu informe semanal.
Entregable	Presentación final y plan de optimización a 30 días.

Proyecto final y evaluación

Tu cuenta, funcionando

En la última sesión presentas tu cuenta de Google Ads con todo lo construido durante el curso:

- Landing en Lovable con conversiones medidas
- Remarketing en Demand Gen
- Agente de Claude para el informe semanal
- Campaña de Búsqueda con AI Max
- Campaña de YouTube activa
- Plan de optimización a 30 días

Criterios de evaluación

Medición de conversiones correcta y verificada.

Coherencia entre la propuesta de venta, el anuncio y la landing.

Uso consciente de los controles de la IA.

Decisiones de puja y presupuesto justificadas.

Recibes certificado de participación al asistir y entregar el proyecto final.

Antes de empezar

Desde la sesión 5 cada estudiante pauta con su propio presupuesto, para que los talleres se hagan con datos reales. El monto mínimo recomendado se acuerda al inscribirte.

Módulo opcional

Campañas de Shopping (capítulo 15 del libro) para estudiantes con tienda en línea.



emprendimientodigital.co

Fechas, cupos e inversión

WhatsApp +57 350 416 2815

Agenda tu asesoría gratuita

Emprendimiento Digital es una academia: enseñamos a crear y gestionar campañas, no las gestionamos por ti. El curso es un proceso de aprendizaje y no garantiza resultados comerciales.

Google Ads y YouTube son marcas de Google LLC. Este programa es independiente y no está afiliado ni respaldado por Google. Ultimate Guide to Google Ads es una obra de Perry Marshall, Bryan Todd y Mike Rhodes, publicada por Entrepreneur Press.

Fuentes de las novedades: blog oficial de Google (AI Max, Google Marketing Live 2026), Ayuda de Google Ads (Demand Gen), Search Engine Journal (Display) y Common Thread Collective (novedades marcadas con *). Información revisada en octubre de 2026.