

Actividad Práctica: Simulación de Campaña SEM en Google Ads

Objetivo de la actividad

Esta actividad tiene como finalidad que el alumnado aplique de forma práctica los conocimientos adquiridos sobre el marketing en buscadores (SEM), simulando la creación de una campaña publicitaria en Google Ads. A través de este ejercicio, se pretende que comprendan la estructura básica de una campaña, practiquen la selección de palabras clave y desarrollen la redacción de un anuncio efectivo orientado a un público objetivo.

Contexto

Tras haber conocido los fundamentos del marketing digital, el funcionamiento general de Google Ads y los diferentes tipos de campañas SEM, el alumnado deberá desarrollar una propuesta ficticia de campaña publicitaria que podría aplicarse a un negocio real o imaginario.

Indicaciones

1. Piensa en un negocio (real o ficticio) al que te gustaría ayudar a publicitarse online.
Puede tratarse de un comercio local, un proyecto educativo, una tienda online, un servicio profesional, etc.
2. Completa la ficha de simulación que se presenta a continuación, siguiendo las indicaciones de cada apartado.
Puedes usar Word, papel o cualquier procesador de texto.

Ficha de Simulación de Campaña SEM

1. Nombre de la campaña:

(Ejemplo: "Anuncio curso de inglés verano 2025")

2. Objetivo principal de la campaña:

(Selecciona uno: generar visitas a la web, recibir llamadas, obtener registros, aumentar ventas, etc.)

3. Ubicación geográfica del público objetivo:

(Ejemplo: Santa Cruz de Tenerife, Canarias, España...)

4. Presupuesto diario estimado:

(Ejemplo: 5 €/día, 10 €/día...)

5. Grupo de anuncios (nombre interno):

(Ejemplo: ClasesIngles_Jovenes)

6. Palabras clave principales:

(Escribe al menos 3. Ejemplo: "curso inglés verano", "clases inglés niños", "aprender inglés rápido")

7. Título del anuncio (hasta 3 títulos, máx. 30 caracteres cada uno):

- Título 1:
- Título 2:
- Título 3:

8. Descripción del anuncio (máx. 90 caracteres cada línea):

- Línea 1:
- Línea 2:

9. Página de destino (URL):

(Puedes inventarla si no existe: www.miservicioweb.com)

Entrega y evaluación

- **Modalidad:** Individual
- **Tiempo estimado:** 30 a 40 minutos.
- **Criterios de evaluación:**
 - Coherencia entre el objetivo, palabras clave y anuncio.
 - Redacción clara y atractiva del anuncio.
 - Adecuación de las palabras clave al producto o servicio elegido.
 - Corrección formal y presentación del trabajo.