

# CertificateK

## Índice de Contenidos del Curso: Preparación para la Certificación de Google Display & Video 360

### Introducción al Curso y DV360

- **Bienvenida y Objetivos del Curso:** Una visión general de lo que aprenderás y cómo este curso te preparará para aprobar el examen de certificación de Display & Video 360.
  - **¿Qué es Display & Video 360 (DV360)?:** Entiende DV360 como una plataforma de gestión de demanda (DSP) para la compra programática de inventario de display, vídeo, audio y *native*.
  - **Ventajas de Usar DV360:** Conoce los beneficios principales de DV360, como la consolidación de campañas, la optimización avanzada, el acceso a diverso inventario y la generación de informes unificados.
  - **Rol de DV360 en Google Marketing Platform:** Comprende cómo DV360 se integra y complementa otras herramientas de GMP (Campaign Manager 360, Search Ads 360, Google Analytics 360).
- 

### Módulo 1: Estructura y Configuración de Cuentas en DV360

- **Jerarquía de Cuentas de DV360:** Aprende la estructura de la cuenta, incluyendo socios, anunciantes, campañas, órdenes de inserción y elementos de línea.
- **Configuración Inicial del Anunciante:** Pasos para configurar un nuevo anunciante, incluyendo la configuración de la moneda, zonas horarias y permisos.
- **Fuentes de Inventario:** Comprende las diferentes fuentes de inventario disponibles en DV360 (Google Ad Exchange, *Open Bidding*, acuerdos privados, *Programmatic Guaranteed*).

- **Gestión de Usuarios y Permisos:** Cómo asignar roles y controlar el acceso dentro de la plataforma DV360.
- 

## Módulo 2: Planificación de Medios y Campañas en DV360

- **Creación de Campañas y Órdenes de Inserción:** Pasos para establecer el marco de tus campañas, definir presupuestos y fechas.
  - **Tipos de Elementos de Línea:** Exploración de los diferentes tipos de elementos de línea (Display, Video, Audio, Native) y sus configuraciones específicas.
  - **Estrategias de Pujas en DV360:** Familiarízate con las opciones de puja programática, incluyendo pujas manuales, pujas optimizadas (CPV, CPA, CPM objetivo) y pujas de valor.
  - **Presupuesto y Frecuencia:** Cómo controlar el gasto y la exposición de los anuncios a los usuarios.
- 

## Módulo 3: Segmentación Avanzada de Audiencias

- **Audiencias Propias (First-Party Data):** Cómo subir y utilizar datos de clientes para crear audiencias de *remarketing* y *look-alikes*.
  - **Audiencias de Google:** Exploración de audiencias afines, en el mercado, segmentos de datos demográficos y audiencias combinadas de Google.
  - **Audiencias de Terceros (Third-Party Data):** Integración y uso de datos de proveedores externos para una segmentación más granular.
  - **Listas de Exclusión de Audiencias:** Importancia de excluir audiencias irrelevantes o ya convertidas para optimizar el gasto.
- 

## Módulo 4: Compra de Inventario y Segmentación por Contexto

- **Segmentación por Ubicaciones (Sitios web y Apps):** Cómo dirigirse a sitios web y aplicaciones específicos o categorías de contenido.

- **Segmentación por Entorno:** Diferenciación entre inventario web, móvil *in-app* y TV conectada (CTV).
  - **Palabras Clave y Categorías de Contenido:** Utilización de señales contextuales para mostrar anuncios en contenido relevante.
  - **Calidad de Marca y Visibilidad (Brand Safety & Viewability):** Herramientas de DV360 para asegurar que los anuncios se muestren en entornos seguros y sean vistos por los usuarios.
  - **Acuerdos Privados y Programmatic Guaranteed:** Cómo negociar y ejecutar acuerdos directos con editores a través de DV360.
- 

## Módulo 5: Creatividades y Formatos de Anuncios

- **Tipos de Creatividades Soportadas:** Entiende los diferentes formatos de anuncios (imágenes, HTML5, vídeo, audio, nativo) y sus especificaciones.
  - **Integración con Studio y Campaign Manager 360:** Cómo las creatividades se gestionan y se publican desde Studio y Campaign Manager a DV360.
  - **Creatividades Responsivas:** Creación de anuncios que se adaptan automáticamente a diferentes tamaños de inventario.
  - **Creatividades Dinámicas:** Uso de *feeds* de datos para personalizar anuncios a gran escala según el contexto del usuario o del producto.
- 

## Módulo 6: Medición, Optimización e Informes

- **Métricas Clave en DV360:** Entendiendo impresiones, clics, CTR, conversiones, CPV, CPM, CPA, *viewability* y otras métricas de rendimiento.
- **Seguimiento de Conversiones con Campaign Manager 360:** Cómo se configuran y atribuyen las conversiones en DV360 a través de Campaign Manager.
- **Informes Estándar y Personalizados:** Generación y análisis de informes para evaluar el rendimiento de la campaña y tomar decisiones.

- **Optimización del Rendimiento:** Estrategias para mejorar las campañas, incluyendo ajustes de puja, afinación de la segmentación y optimización de creatividades.
  - **Informes de Rendimiento de Creatividades y Ubicaciones:** Análisis detallado del desempeño de los anuncios y los sitios/apps donde se muestran.
- 

## Módulo 7: Integraciones y Gestión Avanzada

- **Integración con Google Analytics 360:** Cómo vincular DV360 con GA360 para obtener insights unificados y audiencias.
  - **Integración con Search Ads 360:** Sinergias para coordinar campañas de búsqueda y display/vídeo.
  - **Uso del Centro de Datos (Data Hub):** Concepto de cómo DV360 puede exportar datos a herramientas de análisis externas como BigQuery.
  - **API de DV360:** Visión general de cómo la API puede utilizarse para la automatización avanzada y la integración personalizada.
- 

## Módulo 8: Preparación para el Examen de Certificación

- **Revisión de Conceptos Clave:** Un repaso intensivo de los temas fundamentales de Display & Video 360.
- **Simulacros de Examen:** Preguntas de práctica y escenarios para familiarizarte con el formato y el tipo de contenido del examen.
- **Consejos para el Día del Examen:** Estrategias para afrontar el examen con confianza y maximizar tus posibilidades de éxito.
- **Recursos Adicionales:** Dónde encontrar más información, documentación oficial y soporte para tu aprendizaje continuo.