

El objetivo de este curso es ofrecer al alumnado los conocimientos necesarios relativos al posicionamiento SEO, SEM y SMO, explicando cada concepto explícitamente y sus funciones más relevantes. Además, este curso va dirigido tanto a profesionales que quieren reforzar las técnicas y los conocimientos que ya poseen, como a aquellos que quieren introducirse en el mundo del marketing digital.

Así pues, con esta formación se pretende:

Saber diferenciar correctamente entre los conceptos básicos de posicionamiento: SEO, SEM, SMO, etc.

Conocer los factores positivos y negativos del posicionamiento web.

Aprender a utilizar herramientas SEO para dominar el Keyword Research.

Conocer las estrategias de posicionamiento SEO y SEM.

Conocer todos los detalles que engloban a Google Ads para saber diseñar y desarrollar campañas.

Aprender a optimizar correctamente una página web.

Conocer los aspectos relevantes de la analítica web mediante la herramienta gratuita de Google: Google Analytics

## UNIDAD 1. CONCEPTOS BÁSICOS DE POSICIONAMIENTO

- 1.1. Conceptos básicos
- 1.2. ¿Qué es un buscador y su funcionamiento?
  - 1.2.1. Clases de buscadores
- 1.3. ¿Cómo rastrea Internet?
- 1.4. Métodos de búsqueda en Internet
- 1.5. Claves del posicionamiento web
- 1.6. Cómo lograr posicionamiento
- 1.7. Factores positivos y negativos para el posicionamiento web

## UNIDAD 2. SEO VS SEM A LA HORA DE ELABORAR NUESTRA ESTRATEGIA

- 2.1. Cómo elaborar una Keyword Research
- 2.2. Estrategias de posicionamiento SEO
  - 2.2.1. SEO On-Page. Optimización de contenidos
  - 2.2.2. SEO Off-Page. Optimización externa
  - 2.2.3. ¿Por qué es importante el SEO?
  - 2.2.4. Estrategias SEO
- 2.3. Estrategias de posicionamiento SEM
  - 2.3.1. Diferencias entre SEO y SEM
  - 2.3.2. Google Ads
  - 2.3.3. Facebook Ads
  - 2.3.4. Instagram Ads
- 2.4. Identificar potencial de tráfico y competencia de una palabra clave

## UNIDAD 3. GOOGLE ADS SEM Y MOTORES DE BÚSQUEDA

- 3.1. ¿Cómo funciona el sistema de posicionamiento de Google?
  - 3.1.1. Campañas y anuncios en Google Ads
- 3.2. Cómo crear buenos anuncios
  - 3.2.1. Técnicas para aumentar el interés en nuestros anuncios de Google Ads
- 3.3. Uso de la posición en los SERPS de pago
  - 3.3.1. Tipos de SERPS
- 3.4. ¿Cómo funciona un spider o araña?
- 3.5. Google como motor de búsqueda. Indexación de contenidos
  - 3.5.1. Cómo indexar un contenido en los motores de búsqueda
- 3.6. Archivo multimedia: "Cómo hacer que nuestra web sea de las primeras de Google"

## UNIDAD 4. OPTIMIZACIÓN DE PÁGINAS WEB (I)

- 4.1. Optimización On-Page: factores internos de optimización web
- 4.2. El contenido
- 4.3. ¿Cómo debe ser un buen SEO On-Page?
  - 4.3.1. Title tag y meta tags
  - 4.3.2. Negritas, cursivas y otras etiquetas
- 4.4. Web Search Engine Friendly (SEF)
- 4.5. Optimización del código fuente
- 4.6. Factor optimización on server

## UNIDAD 5. OPTIMIZACIÓN DE PÁGINAS WEB (II)

- 5.1. Herramientas para Webmasters de Google
- 5.2. Optimización Off-Page
- 5.3. Link Building
- 5.4. Social Media Optimization (SMO)
- 5.5. Técnicas Black Hat SEO. Definiciones y usos
  - 5.5.1. Evitar el Black Hat SEO
- 5.6. Penalizaciones de los buscadores
  - 5.6.1. Tipos de penalizaciones en Google

## UNIDAD 6. ANALÍTICA WEB

- 6.1. Introducción a la analítica web
  - 6.1.1. Metodología de la analítica web
  - 6.1.2. El proceso de las 5 C's
- 6.2. Consejos para mejorar un sitio web
- 6.3. Introducción a Google Analytics
  - 6.3.1. Configuración de Google Analytics: metas, eventos, filtros y canales
- 6.4. Definición y tipos de métricas
- 6.5. Tipos de conversiones
- 6.6. Google Tag Manager
  - 6.6.1. A/B Testing
- 6.7. Archivo multimedia: "Herramientas gratuitas de analítica web para medir resultados online"