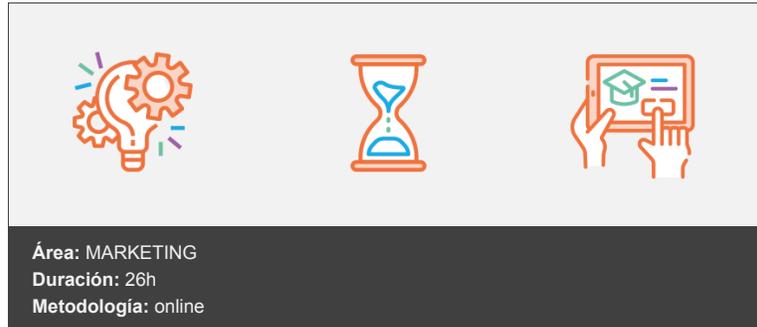


Experto en posicionamiento y optimización web: SEO y SEM



Objetivos

- Conocer la terminología y conceptos básicos acerca del entorno web y las funciones básicas de un webmaster.
- Comprender los fundamentos básicos del webmaster, así como sus labores y responsabilidades diarias.
- Aprender a realizar un análisis de situación de nuestra página web y de nuestro entorno que nos permita hacer una selección óptima de palabras clave.
- Identificar las herramientas destinadas a la creación de contenidos, así como las características y rasgos de cada una de ellas.
- Conocer los conceptos, ventajas, procedimientos y herramientas que rodean a un proceso de posicionamientos SEO.
- Adquirir conocimiento sobre las técnicas y herramientas dirigidas a la optimización web.
- Veremos los fundamentos básicos sobre el SEM y el posicionamiento patrocinado a través de la herramienta de Google Ads.
- Mejorar las capacidades comunicativas de los trabajadores que van a hacerse cargo de la comunicación de la empresa.
- Adquirir conocimiento sobre la analítica web y el establecimiento de indicadores de seguimiento de nuestra web.

Contenidos y estructura del curso

BLOQUE 1. Auditoría del entorno web.

Unidad 0. Introducción.

Unidad 1. Introducción al entorno web.

1.1 Conceptos básicos.

1.2 Elementos del entorno web.

1.3 HTML: el lenguaje de Internet.

Unidad 2. Análisis del estado de nuestra página web.

2.1 La indexabilidad y la popularidad de nuestro sitio.

2.2 La importancia de las palabras clave.

2.3 Herramientas para la búsqueda de palabras clave.

2.4 Google Analytics.

Unidad 3. Marketing de contenidos.

3.1 Conceptos básicos.

3.2 Redacción y estructura del contenido para SEO.

3.3 Organización del contenido.

3.4 Inbound marketing.

BLOQUE 2. Posicionamiento web.

Unidad 1. SEO: El posicionamiento orgánico en buscadores.

- 1.1 ¿Qué es el posicionamiento web?
- 1.2 Ventajas de establecer una estrategia de optimización web.
- 1.3 ¿Cómo podemos mejorar nuestro posicionamiento?

Unidad 2. Procedimiento de la estrategia SEO

- 2.1 Conceptos básicos.
- 2.2 Fases del proceso SEO.
- 2.3 Fijación de objetivos.

Unidad 3. Optimización de nuestro sitio web.

- 3.1 Conceptos de la arquitectura de la información.
- 3.2 Herramientas para la optimización web.
- 3.3 Técnicas para optimizar nuestro sitio.
- 3.4 El Black Hat SEO y las técnicas engañosas.

Unidad 4. SEM: El posicionamiento patrocinado en buscadores.

- 4.1 Conceptos básicos.
- 4.2 Google Adwords
- 4.3 Creación de la campaña.

BLOQUE 3. Analítica web.

Unidad 1. Analítica web aplicada a SEO.

- 1.1 Conceptos básicos e indicadores clave de rendimiento.
- 1.2 Establecer KPI's para medir el proceso SEO.
- 1.3 Monitorización y valoración del proceso SEO.

Unidad 2. La popularidad de nuestra website

- 2.1 Importancia del desarrollo de la popularidad.
- 2.2 Factores de relevancia offpage
- 2.3 Google Penguin

Metodología

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Criteria, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Criteria queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Criteria



