

Marketing y posicionamiento en buscadores para centros de formación

Área:

Duración: 20 horas

Modalidad: online



criteria

Objetivos

- Aprender los fundamentos y objetivos del SEO.
- SEO vs SEM.
- Profundizar en el concepto de SEO, sus usos y técnicas.
- Aprender a mejorar el posicionamiento de una página web, dentro de los buscadores.
- Conocer las herramientas y recursos más eficaces para facilitarte tus tareas dentro del SEO.
- Comprender cómo busca el usuario y comprender la página de resultados.
- Estudiar la estructura de una web y aprender a optimizarla.
- Conocer la importancia que asigna el buscador a cada elemento.
- Conocer la importancia de las keywords o palabras clave en el posicionamiento.
- El PageRank y sus factores. Prácticas de enlazado y promoción.
- Aprender qué es un motor de búsqueda, su importancia y cómo han evolucionado.
- Conocer el factor de posicionamiento en elementos como imágenes y vídeos.

Contenidos y estructura del curso

- SEO para Marketing de la educación superior
- El proceso de marketing SEO
- Cómo funciona el marketing de buscadores
- Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
- Búsqueda Orgánica o SEO
- Cómo funciona el algoritmo de Google
- Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- Normas de calidad de contenido de Google
- La importancia de los enlaces entrantes
- Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas
- Técnica para conseguir ser enlazado
- La importancia de las palabras de enlace
- Enlaces y textos de enlaces
- Enlaces internos
- Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
- Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)
- Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
- Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css
- Uso de Frames
- Redirects
- Enlaces Javascript y Flash
- Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
- Comandos útiles de Google
- Actividad Blog: Atraer enlaces al sitio web
- Google Adwords para centros de formación
- Selección de palabras clave (I)
- Gestión de campañas de pago
- SEM y Google Adwords
- Posicionamiento publicitario y pago por click
- Compra de palabras clave y SEM
- Google Adwords
- Publicidad basada en resultados
- Herramientas de Monitorización SERP
- Google Trends
- Autopráctica Google Trends
- Informes de Google
- Por qué utilizar Google Analytics para la promoción de la educación
- Google Analytics
- Medir y Analizar Resultados
- Cómo usar las herramientas Google para la educación
- Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics
- Autopráctica - KPIs

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 del/la formador/a

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!

criteria.es

criteria.es/recursos

criteria.es/blog

