

Posicionamiento web y marketing en buscadores. SEO y SEM

Duración: 56 horas.

Modalidad: online

>Adquirir los conocimientos necesarios que lleven a comprender el uso de las redes sociales en beneficio de una campaña de marketing. Desarrollar campañas de viralización y guerrilla que se difundan correctamente por Internet, captando nuevos clientes. Optimizar la página web, facilitando su indexación por los motores de búsqueda y mejorar sus posiciones en el ranking de búsqueda. Creación del site de forma rápida y correcta para que pueda ser adecuadamente analizado por el Spider de los motores de búsqueda. Enlazar con otros servicios y webs para aumentar la reputación general o Pagerank, para incrementar posiciones y aparecer en la primera página de búsquedas. Comprender el funcionamiento interno de los diferentes motores y lo que ofrecen los directorios para saber diseñar mejor una campaña de ataque. Diseño de una campaña de publicidad SEM y creación de un sistema de anuncios CPC (Coste por Click) que se difundan en las redes de búsqueda y de contenidos. Generación de anuncios para redes sociales del tipo CPC. Conceptos de community manager para la gestión de las redes sociales y conexión con campañas de SEM y SEO.

Contenidos

- **1. Cómo Internet ha ayudado al marketing tradicional**

- Introducción
- Definir el target
- Campañas interactivas
- Bases de datos
- Conectividad
- Coste por clic
- Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación
- Unidad 1. Manual pdf

- **2. Funcionamiento de los motores de búsqueda**

- Introducción
- Directorios
- Motores de búsqueda
- Metabuscadores
- Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación
- Unidad 2. Manual pdf
- **3. SEO: Search Engine Optimization. Posicionamiento web**
 - Introducción
 - Optimizar una página web
 - Cómo subir posiciones en los motores de búsqueda
 - ¿Qué es el PageRank?
 - Directorios de direcciones
 - Enlaces externos
 - Problemas con Flash y soluciones
 - Nuevos cambios. HTML5
 - Llegar a ser los primeros
 - Resumen
 - Ejercicios de repaso y autoevaluación
 - Unidad 3. Manual pdf
- **4. SEM. Search Engine Marketing. Publicidad en buscadores**
 - Introducción
 - Beneficios del AdWords de Google
 - Crear una campaña
 - Gestionar las palabras clave
 - Tipos de publicidad online
 - Como ajustar los presupuestos
 - Resumen

- Ejercicios de repaso y autoevaluación
- Unidad 4. Manual pdf
- **5. Gestionar conjuntamente el SEO y el SEM**
 - Introducción
 - Definir el producto
 - Generar una campaña creativa
 - Darle ruido
 - Resumen
 - Ejercicios de repaso y autoevaluación
 - Unidad 5. Manual pdf
- **6. Redes sociales y community manager**
 - Introducción
 - Nomenclaturas
 - El nacimiento de las redes sociales
 - Community manager
 - Facebook
 - Twitter
 - Youtube
 - Otras redes
 - Resumen
 - Ejercicios de repaso y autoevaluación
 - Unidad 6. Manual pdf
- **7. Elaboración de un proyecto SEM**
 - Introducción
 - Página web
 - Target
 - Facebook
 - Google

- Uso de la base de datos
- Resumen
- Unidad 7. Manual pdf