

Curso Online SEM, Marketing en buscadores

Duración: 40 horas.

Modalidad: online

Contenidos

• 1. Marketing de Buscadores

- Marketing de Buscadores
- ¿Cómo funciona el Marketing en buscadores?
- Buscadores vs. directorios
- Marketing de Buscadores
- El funcionamiento de los robots
- Cómo funciona un buscador
- El proceso de indexación
- Cómo funciona un buscador: palabras o expresiones clave
- Cómo funciona un buscador: palabras o expresiones clave
- Búsqueda de vídeo
- Búsqueda locales
- Búsqueda de imágenes
- Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
- Búsqueda SEO
- En qué consiste el SEO
- SEO: popularidad de la página
- White hat SEO y Black hat SEO
- SEO: link building
- Long Tail & Stemming

- Autopráctica – SEO
- Cómo funciona el algoritmo de Google
- El concepto de popularidad
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Tráfico y conducta del usuario
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Resultados de búsqueda
- Cómo funciona el algoritmo de Google: La organización interna del sitio y de las páginas
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Tener en cuenta al spider
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Páginas estáticas vs páginas dinámicas
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Creando mapas de sitio
- Pagerank
- Pagerank – II
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Concepto de densidad de sitio e indexación de bases de datos
- Conseguir ser presentado en las búsqueda de Google
- I.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- II.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- III.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- IV.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- V.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitios web
- Normas de calidad de contenido de Google
- Relevancia del contenido
- Eligiendo palabras objetivo
- 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 II

- Enlaces y textos de enlaces III
- 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
- Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
- Comandos útiles de Google
- SEM, Google Adwords
- Cómo funciona el SEM
- Google Adwords
- Autopráctica – SEM
- Autopráctica Google Adwords
- Posicionamiento publicitario y pago por click
- Compra de palabras clave y SEM
- Publicidad basada en resultados
- Posicionamiento en Google Maps (I)
- Posicionamiento en Google Maps (II)
- Herramientas de Monitorización SERP
- Google Trends
- Autopráctica Google Trends
- Informes de Google
- Google Analytics
- Medir y Analizar Resultados
- Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics

- Autopráctica – KPIs
- Autopráctica – KPIs II
- **2. Evaluación**
 - Documentación
 - Test Final