Educate
formación e-learning

C/ Dátiles, nº 16
29130 Alhaurín de la Torre (Málaga)

Tlf: 952 417 000 / Fax: 952 414 745

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
  - Busqueda SEO
  - En qué consiste el SEO
  - SEO: popularidad de la página
  - White hat SEO y Black hat SEO
  - SEO: link building
  - Long Tail & Stemming

C/ Dátiles, nº 16
29130 Alhaurín de la Torre (Málaga)
Tlf: 952 417 000 / Fax: 952 414 745

- 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 algortimo 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 busquedas sobre nuestro sitio web
- III.- Cómo mejorar las busquedas sobre nuestro sitio web
- IV.- Cómo mejorar las busquedas 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

C/ Dátiles, nº 16
29130 Alhaurín de la Torre (Málaga)
Tlf: 952 417 000 / Fax: 952 414 745

- 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 Analitycs
- Medir y Analizar Resultados
- Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics

C/ Dátiles, nº 16
29130 Alhaurín de la Torre (Málaga)
Tlf: 952 417 000 / Fax: 952 414 745

- Autopráctica – KPIs
- Autopráctica – KPIs II

- **2. Evaluación**
  - Documentación
  - Test Final