



Posicionamiento en Buscadores (SEO y SEM)

 Duración: 15.00 horas

Descripción

Las empresas que consiguen un posicionamiento en los primeros resultados de las búsquedas en Internet poseen una ventaja competitiva fundamental con respecto a su competencia. En efecto, tener una página web no sirve para mucho si los usuarios no la encuentran. Ahí es donde entra el posicionamiento, la importancia de situar a nuestra web en los primeros resultados de búsquedas.

Este Curso de Posicionamiento y Marketing de buscadores nos enseñará a optimizar nuestro sitio web para los motores de búsqueda, lo que nos permitirá conseguir que aparezca en los primeros lugares. Igualmente nos adentraremos en las diferentes técnicas y herramientas del marketing de buscadores, convirtiéndonos en expertos en la planificación de estrategias SEO y SEM, para el posicionamiento en Google.

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 ank 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

Posicionamiento en Buscadores (SEO y SEM)

- Qué es marketing de buscadores
- Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
- Cómo funciona el marketing de 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
- Búsqueda de vídeo
- Búsqueda locales
- Búsqueda de imágenes
- Búsqueda Orgánica o 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
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Concepto de densidad de sitio e indexación de bases de datos

- Cómo funciona el algoritmo de Google: Concepto de densidad de sitio e indexación de bases de datos
- Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
- 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 sitios web
- Normas de calidad de contenido de Google
- Eligiendo palabras objetivo
- Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
- La importancia de todos los detalles
- Relevancia del contenido
- Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
- Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)
- Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css
- La importancia de los enlaces entrantes
- 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
- Porqué conviene crear una buena estructura de links internos
- Dónde añadir enlaces internos
- Redirects
- Posicionamiento en Google My Business
- Errores que pueden empeorar el SEO de tu sitio web o blog
- Ventajas y desventajas del SEO
- SEM y Google Adwords
- Ventajas y desventajas del SEM
- Cómo funciona el SEM
- Google Adwords

- ¿Cómo funciona AdWords?
- ¿Cómo determina Google qué anuncios mostrar?
- ¿Cuál es el presupuesto mínimo para hacer publicidad online en Google?
- ¿Cuánto cobrará Google Adwords?
- Crea una campaña con Google AdWords
- Campaña en red de búsqueda
- Campaña en red de display
- Campaña en shopping
- Campaña en vídeo
- Campaña universales de aplicaciones
- Compra de palabras clave y SEM
- Publicidad basada en resultados
- Posicionamiento publicitario y pago por click
- Selección de palabras clave (I)
- Selección de palabras clave (II)
- Autopráctica - SEM
- Autopráctica Google Ads
- Herramientas e Informes de Google
- Medir y Analizar Resultados
- Google Trends
- Autopráctica - Google Trends
- Google Analytics
- Autopráctica - Medir Resultados. Google Analytics
- Test
- Documentación