

CURSO ESPECIALIZADO
ONLINE EN

SEO, SEM & ANALYTICS

[CEOSESEM]



Curso Especializado Online en SEO, SEM & ANALYTICS

Aprende a posicionar con éxito una web en los primeros puestos de Google, tanto orgánicos (SEO) como de pago (SEM) y conoce las técnicas y herramientas necesarias para realizar auditorías.

COMPETENCIAS

- Experiencia Usuario (UX).
- Fundamentos SEO: Como Optimizar el Posicionamiento en Buscadores.
- Herramientas SEO y KeyWordHunting.
- Métrica, Optimización y Gestión de proyectos SEO.
- SEO off Page: Link Building Herramientas.
- Optimizaciones SEO complementarias.
- Desarrollo y aplicación de una Estrategia SEM: Fundamentos, opciones y puntos importantes en la Estrategia SEM.
- Google Adwords vs Adwords Editor: Diferencias entre Interfaces e Implementación de Campañas.
- Configuraciones estratégicas avanzadas de campañas en Google Adwords y otros actores SEM.
- Opciones avanzadas Google Adwords: Análisis de Informes y Novedades.
- Creatividad y copywriting en SEM.

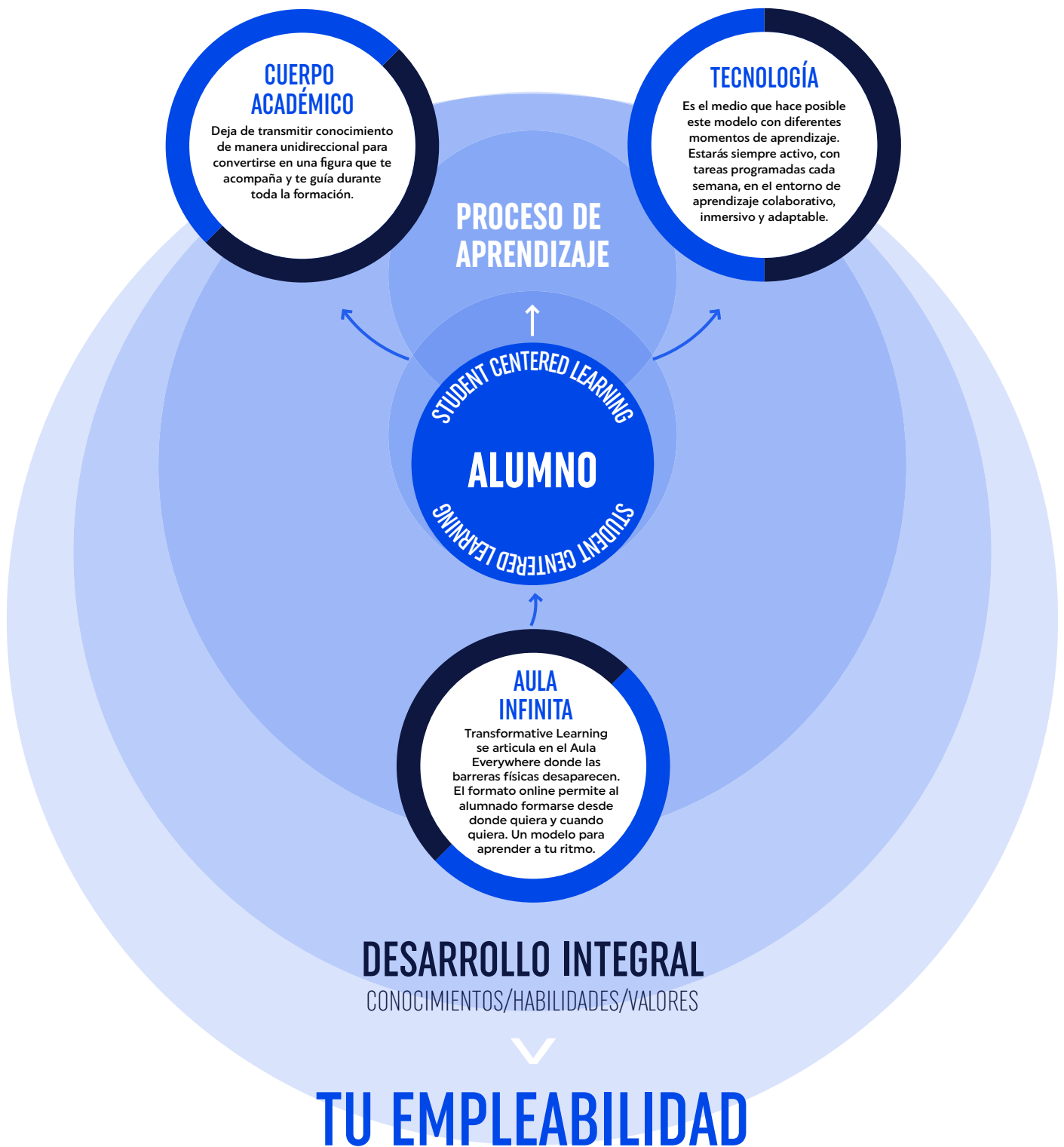
PERFIL DE SALIDA

- › Departamentos de marketing y publicidad digital.
- › Agencias y consultoras de medios digitales.
- › Consultores y freelances de medios digitales.
- › Webmasters y administradores de sitios web.
- › Responsables E-commerce.
- › Profesionales de desarrollo de negocio.
- › Profesionales de agencias y consultoras interactivas.

Formato	Online
Idioma	Español
Duración	12 semanas
Proyecto final tutorizado	
Examen final	



TRANSFORMATIVE LEARNING







METODOLOGÍA





Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?

- 
Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.
 - Documentación
 - Programa completo.
 - Asignación de temas y clases por semana.
 - Documentación elaborada por profesionales del sector.
 - Bibliografía y links de interés.
 - Documentación en Easy Generator
 - Contenidos ONLINE.
 - Descargables en PDF.
 - Indicador y marcador de progreso.
- 
Autoevaluación

Al final de cada tema hay un test de autoevaluación para asegurarte que aprendes lo previsto.
- 
Aplicación de casos de estudios y empresas reales
- 
Apoyo tutorizado y feedback

4 tutorías en directo, una tutoría cada mes, con una de ellas al inicio con la explicación del curso.
- 
Actividades prácticas y experienciales
- 
Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales
- 
Proyecto final y examen final para la obtención del título
- 
Sesiones online sincronicas y asincronicas
 - Se recomienda asistir a todos los webinars e interactuar con el profesor y los compañeros.
 - Los webinars son sesiones online de una hora aprox. impartidas por un profesional, miembro del consejo de expertos del curso. Estas sesiones tratarán sobre temas o materias relevantes, pudiendo el alumno interactuar con el ponente en tiempo real.
 - Las sesiones serán grabadas y podrás encontrarlos en el aula virtual después de su impartición.
 - Horario habitual entre las 19:00h. y las 21:00h. (hora España).
 - Las fechas y horarios puedes encontrarlas disponibles en el aula virtual desde el 1er día de inicio del curso.
 - En total son 10 webinars durante el curso.

PROGRAMA

Usabilidad: como crear webs pensadas en tu cliente

- > Fundamentos de usabilidad.
- > Pasos para crear una web pensada para el usuario.
- > Arquitectura de información.
- > Prototipado (wireframes).
- > Creación del mapa web.
- > Definición de las secciones y creación del contenido.

Fundamentos SEO: Como Optimizar el Posicionamiento en Buscadores

- > Conceptos básicos.
- > Diferencia entre SEO y PPC.
- > Como funciona un buscador.
- > Optimización de páginas Webs.
- > Planificación y Estrategia para un óptimo posicionamiento.
- > Page Rank, Trust Rank y autoridad.
- > El algoritmo y los subalgoritmos de Google.
- > Microformatos y richsnippets.
- > Robots y no index.
- > Metodología de trabajo SEO.

Fundamentos SEO: Como Optimizar el Posicionamiento en Buscadores

- > Selección de palabras clave: Elección de las keywords y clasificación según dificultad, relevancia, oportunidad, etc.
- > Herramientas para la selección.
- > Herramientas de Google: Planificador de palabras clave, Google Insigth, Google Suggest, YouTube.
- > Otras herramientas externas (Ej: semrush, übersuggest, etc).
- > Estrategias de keywordhuntingPosicionamiento en Google.

Métricas, Optimización y Gestión de proyectos SEO

- > Taller de auditoría SEO.
- > Métrica principales SEO.
- > SEO Project Management y métricas, herramientas y reporting.
- > Herramientas de auditoría automática.
- > Google Webmaster Tool.

SEO off Page: Link Building + Herramientas

- > Definición de estrategia de link building.
- > Cómo definir un plan de content marketing.
- > Métricas relevantes, formas de contacto y fuentes de enlaces.
- > Penalizaciones y spam, tácticas no recomendables.
- > Herramientas de link building para analizar los enlaces propios y de los competidores (Moz, Ahrefs, etc).
- > Medición y análisis de resultados en las campañas de Link Building.
- > Copywriting para SEO: Trabajar con los keywords.
- > Redacción de títulos para cada página.
- > Redacción eficaz para buscadores y clientes: compaginar redacción para usabilidad con redacción para SEO.
- > Consejos de redacción de metadata.
- > La importancia del contenido único y dinámico en SEO.

Otras optimizaciones SEO

- > Introducción SEO Mobile, diferencias con otros dispositivos.
- > Indicadores de éxito específicos de SEO Mobile.
- > Consejos SEO Local.
- > SEO Local: Google Maps & Google My Business.
- > SEO para imágenes y vídeos.
- > SEO para Wordpress.

Search Engine Marketing (SEM): Fundamentos, opciones y puntos importantes en la Estrategia SEM

- > Objetivo del Social Media Corporativo: engagement y reputación.
- > Rol del Social Media Corporativo: CM, agencia o becario.
- > Contenidos y comentarios.
- > Gestión de crisis y protocolos de actuación.
- > Herramientas de gestión de crisis y programación.
- > Social Commerce: transformar comentarios y contenidos en ventas.
- > Cómo saber si lo estamos haciendo bien: KPIS y métricas.
- > Influencers en las redes sociales: qué, cómo y por qué.

Desarrollo y aplicación de una Estrategia SEM

- > Desarrollo estrategia SEM.
- > Herramientas para redes de búsqueda.
- > Estructuración de campañas en redes de búsqueda (excel e interfaz de adwords).
- > Herramientas para red de display.
- > Estructuración de campañas en la red de display (interfaz de adwords).
- > Elaboración de anuncios.
- > Configuración e implementación en interfaz Google Adwords.

Desarrollo y aplicación de una Estrategia SEM

- > Diferencias entre la interfaz de adwords y Adwords Editor.
- > Creación de campañas, grupos de anuncios, keywords, landings y realización de modificaciones en la interfaz de adwords.
- > Creación de campañas, grupos de anuncios, keywords, landings y realización de modificaciones en adwords editor.

Configuraciones estratégicas avanzadas de campañas en Google Adwords y otros actores SEM

- > El uso de LinkedIn para profesionales, autónomos, pymes y empresas.
- > LinkedIn y marca personal para profesionales del marketing y comunicación.
- > Perfiles personales: cómo optimizar un CV online, optimización SEO en linkedin, etc.
- > Grupos y páginas de empresa: Gestión de contenido y decálogo de buenas prácticas.
- > Usos y aplicaciones de linkedin para empresas B2B y B2C.
- > KPIs relevantes en linkedin.
- > Content e inbound marketing aplicado a linkedin.
- > Publicidad y uso de LinkedIn para divulgación de contenidos.

Opciones avanzadas para la gestión y optimización de campañas en Google Adwords. Análisis de Informes y Novedades

- > Configuraciones de experimentos en adwords.
- > Automatizaciones: programación de presupuesto, de anuncios, detener anuncios y palabras clave, cambiar ofertas de pujas en palabras clave, enviarse emails si el presupuesto está a punto de agotarse, etc.
- > Gestión de diferentes cuentas de adwords: MCC.
- > Segmentos.
- > Medición de conversiones en adwords: Conversion tracking vs Google Analytics.
- > Otras opciones avanzadas: personalización de columnas de informes, control de keywords vs keywords competidores, control de variaciones de keywords, número de desvíos de llamadas, etc.
- > Dimensiones e informes.
- > Novedades.

Creatividad y copywriting en SEM

- > Optimización de páginas de destino para SEM.
- > Directrices del Quality Score para mejorar los anuncios de texto SEM.
- > Ventajas competitivas en la realización de las creatividades de SEM.
- > Creación de estructuras de search en excel.
- > Análisis de competencia en las SERP de Google y redacción de ofertas.

*Curso sujeto a posibles cambios.

CLAUSTRO DE PROFESORES

Alexis Gerardo Petit

COO - Chief Operating Officer
DobleO Agencia de Marketing Digital

Carlos Rodrigo

Responsable de los canales digitales
Movistar Prosegur Alarmas

José Manuel Piedrafita

Performance Marketing Manager
Acierto.com

Matías Acosta

Head of Marketing
NATEEVO - VASS

*claustro sujeto a posibles modificaciones.

MADRID

91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

BARCELONA

93 414 44 44

info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA

97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA

95 202 03 69

info.malaga@esic.edu

PAMPLONA

94 829 01 55

info.pamplona@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

GRANADA

95 822 29 14

master@esgerencia.com

OCTUBRE 2021