

Título del Curso:**Marketing Online y Posicionamiento Web****Especificaciones:**

- Modalidad: E-LEARNING
- Requisitos Mínimos: No Requeridos
- Duración: 80 horas.

Introducción:

Todos creemos conocer qué es y para qué sirve Internet hoy en día, pero como muchos saben, Internet es algo vivo que cambia y evoluciona con una rapidez sorprendente. La mayoría de las empresas se esfuerzan por diseñar páginas web que agraden a sus clientes, pero desafortunadamente muchas de ellas desconocen, o simplemente se olvidan de que, para alcanzar el nivel deseado de visibilidad en Internet, es necesario disponer de una correcta estrategia online que consiga integrar en Internet todos los procesos publicitarios y comerciales de su negocio. Aquí es donde entra en juego el posicionamiento. Cuando hablamos de posicionar correctamente un sitio web, se está aludiendo al posicionamiento de palabras claves, es decir, los términos que buscarán los potenciales clientes. Con este pack de materiales didácticos se aportarán los conocimientos necesarios para desarrollar de forma correcta el marketing online y posicionar adecuadamente su web

Objeto:

Este curso prepara al alumno para conocer qué es el posicionamiento web y el funcionamiento básico de los buscadores; las diferencias entre posicionamiento natural y patrocinado y la elección de las estrategias de marketing más adecuada, entendiendo sus beneficios, factores clave y las técnicas que ha de aplicar para mejorar el posicionamiento de un sitio web. Los contenidos y actividades le ayudarán a:

- ✓ Entender los términos y conceptos básicos del SEO.
- ✓ Comprender como funcionan los buscadores: robots, algoritmos, tendencias.
- ✓ Adquirir las habilidades necesarias para realizar una campaña de marketing en buscadores orientada a mejorar la promoción, tráfico, venta o captación de clientes para una determinada página web.
- ✓ Identificar los aspectos claves de un sitio web, internos y externos, para mejorar su posicionamiento en motores de búsqueda con objeto de conseguir tráfico relevante.
- ✓ Conocer los elementos fundamentales del Marketing Social (SMM) y del Marketing en Buscadores (SEM)
- ✓ Desarrollar una campaña de marketing en buscadores para aumentar la captación de clientes.
- ✓ Saber cómo medir el éxito y los resultados de nuestra estrategia para medirla, analizarla y mejorarla
- ✓ Identificar las técnicas que nos pueden penalizar (Black Hat SEO)

A quién va dirigido:

Este curso está dirigido a profesionales, empresarios, trabajadores o estudiantes que estén interesados en autopromocionar su empresa a través de internet, ya sea empleado o empresario, y que quieran aprender estrategias que les permitan posicionar su web (Posicionamiento Natural y Patrocinado) y a medir la eficacia de su posicionamiento sin necesidad de conocimientos previos en marketing online u otro tipo de herramientas de promoción.

También está orientado a emprendedores, responsables de pequeñas empresa y managers de áreas técnicas o de marketing que necesiten evaluar una estrategia SEO para sus sitios web.

Temario:**UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE**

1. Introducción al Marketing online
2. Internet como canal de comunicación
3. Conceptualización del marketing online
4. Comparativa frente al marketing tradicional
5. Características del marketing online
6. Fundamentos del marketing online
7. Implementar la estrategia de marketing online
8. Niveles de acercamiento al marketing online
9. Modelos de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB

1. Elementos del entorno web: sitio y páginas
2. HTML: el lenguaje web
3. Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
4. Plataformas más comunes
5. Conceptos sobre servidores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción al comercio electrónico
2. Tipos de comercio electrónico
3. - B2C
4. - B2B
5. - Otros
6. Objetivos y estrategias
7. Venta de productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB

1. Introducción al posicionamiento Web
2. ¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
3. Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
4. Palabras más buscadas
5. - Formas de búsqueda del usuario
6. - Sitios o palabras a la hora de posicionar
7. - Etapas de recolección de palabras clave
8. - Herramientas para las palabras clave
9. - Escogiendo las palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

1. Motores de búsqueda
2. - Tipos de motores de búsqueda
3. - Funcionamiento de los buscadores
4. - Principales buscadores del mundo
5. Introducción al posicionamiento SEO
6. Funciones del posicionamiento SEO
7. - Funciones del SEO Manager
8. Herramientas SEO
9. Planificación de una estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

1. Técnicas SEO on-page
2. - Estructura del Sitio web
3. - Landing Page
4. - Maquetación en HTML5
5. - Maquetación en CSS3
6. - Creación de metas
7. - Modificación en código
8. - Creación de URL friendly dinámicas
9. - Vínculos internos y externos
10. - Densidad de palabras
11. Técnicas SEO off-page
12. - Link Baiting
13. - Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
14. - Creación de enlaces en Redes Sociales
15. - Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
16. Técnicas SEO avanzadas
17. - La semántica y el Social Media como protagonistas
18. - Rich Snippets
19. - Microdatos y microformatos
20. - Schema, RDFa y Open Graph

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

1. Introducción a la publicidad en buscadores
2. Conceptos clave
3. Inversión en anuncios publicitarios
4. - Ubicación de los anuncios
5. - Creación del anuncio
6. - Número uno en el ranking
7. Principales plataformas del marketing en buscadores
8. Google AdWords
9. - Iniciar cuenta en Google AdWords
10. - Creación de campañas para el buscador Google
11. Bing Ads
12. - Iniciar sesión en Bing Ads
13. - Crear una campaña nueva en Bing Ads
14. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

1. KeyWords Hunting: selección de palabras clave

2. - Claves de la elección de palabras clave
3. - Nivel de competencia de cada palabra clave
4. - KeyWords: Long Tail
5. - KeyWords: genéricas
6. Herramientas de búsqueda de palabras clave
7. - Google Keyword Planner
8. - Google Trends
9. - Google Suggest
10. - SEMrush
11. - SISTRIX

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1. Inbound Marketing
2. Introducción al Marketing de Contenidos
3. Redacción de contenido en Internet orientado a SEO
4. Estructura del contenido
5. Técnicas para generar contenido
6. Marketing de contenido visual
7. Marketing de Contenidos para mejorar la imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO

1. ¿Qué es Black Hat SEO?
2. White Hat SEO
3. Riesgos del uso de Black Hat SEO
4. Técnicas Black Hat SEO
5. Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
6. Informe de Acciones manuales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA

1. Introducción al Plan Social Media
2. Principales plataformas Social Media en España
3. Profesionales de las redes sociales
4. - Community Manager
5. - Record Manager
6. - Social Media Planner
7. - Social Media Marketing (SMM)
8. - Social Media Optimization (SMO)
9. Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia
10. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
11. Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio
12. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas