



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional en Seo Avanzado

educa.net



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional en Seo Avanzado

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

744 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Seo Avanzado con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la





Descripción

Si trabaja en el sector del marketing online y desea conocer los aspectos fundamentales sobre el posicionamiento SEO este es su momento, con la Maestría de SEO Avanzado: Experto en Posicionamiento en Buscadores podrá adquirir las técnicas oportunas para desarrollar esta labor de la mejor manera posible. El mundo de los buscadores y del posicionamiento SEO está en constante evolución y, lo que era cierto hace unos meses, ya no tiene por qué serlo hoy. Estar bien posicionado en Google, el principal motor de búsqueda, es prácticamente obligatorio si desea que los internautas encuentren y visiten sus páginas web.

Objetivos

- Conocer las herramientas de búsqueda en general, y de Google en particular. - Distinguir las diferentes etapas de SEO, comenzando por el análisis de los criterios de relevancia que utiliza el buscador hasta las técnicas de intercambio de vínculos. - Optimizar el código HTML y de los elementos multimedia. - Aprender a utilizar las redes sociales para optimizar el posicionamiento de sus páginas (SMO). - Conocer las herramientas básicas del experto en SEO: GWT o Google Webmaster Tools.

A quién va dirigido

Esta Maestría de SEO Avanzado: Experto en Posicionamiento en Buscadores está dirigida a todo tipo de personas que deseen aprender sobre el posicionamiento SEO, para estar bien posicionado en los principales motores de búsqueda de la Red.

Para qué te prepara

Esta Maestría de SEO Avanzado: Experto en Posicionamiento en Buscadores le prepara para conocer las herramientas de búsqueda en general, y de google en particular, además de conocer las distintas etapas del SEO, comenzando por el análisis de los criterios de relevancia que utiliza el buscador: veremos desde la selección de las palabras clave durante la fase de concepción del sitio web, hasta las técnicas de intercambio de vínculos, pasando por la optimización del código HTML y de los elementos multimedia.

Salidas Laborales

Marketing online / Posicionamiento SEO.

Formas de Pago

- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- Paypal.

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

- Transferencia.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinnúmero de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS DEL MARKETING

- 1.Introducción
- 2.La publicidad tradicional ¿un nicho financiero de recursos inútiles?
- 3.El marketing unidireccional de interrupción
- 4.Características del Marketing tradicional
- 5.Relaciones públicas
- 6.Medios de comunicación tradicionales
- 7.Notas de prensa
- 8.Normas antiguas de las relaciones públicas
- 9.Evitando viejas normas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DIGITAL Y LAS RELACIONES PÚBLICAS ACTUALES

- 1.Long Tail
- 2.La importancia del contenido
- 3.Tendencias del Marketing actual
- 4.Marketing y relaciones públicas en la Web

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CLIENTE: ¿QUÉ NECESITA?

- 1.Introducción
- 2.Nuevas técnicas de marketing adecuado ante un mundo nuevo llamado Internet
- 3.Cobrar importancia en Internet
- 4.¿Qué necesita el futuro cliente?
- 5.Prototipo de comprador
- 6.Pensar como un editor, para crear contenido de calidad
- 7.Contenido directo con nuestro objetivo

- 8.Contenido motivador
- 9.El contenido posiciona a una empresa como líder de ideas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AUDIENCIA A LA QUE SE DIRIGEN EL MARKETING DIGITAL

- 1.Introducción
- 2.Medios sociales en Internet
- 3.Buscando empleo por Internet
- 4.Importancia de un Blog
- 5.PARTICIPACIÓN EN LÍNEA
- 6.El lugar que ocupa en los foros
- 7.Wikis

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING ELECTRÓNICO

- 1.El Marketing tradicional
- 2.El Marketing electrónico
- 3.Etapas de implantación del Marketing
 - 1.- Etapa primera
 - 2.- Etapa segunda
 - 3.- Etapa tercera
 - 4.- Etapa cuarta
- 4.El mercado
 - 1.- Analizar el mercado
 - 2.- Analizar a nuestros clientes
 - 3.- Fases en la decisión de compra
 - 4.- Comportamiento del cliente
 - 5.- Fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN: INTRODUCCIÓN Y HERRAMIENTAS

- 1.Herramientas de Comunicación de Internet
 - 1.- Herramienta Mix promocional
 - 2.- Correo electrónico
 - 3.- Listas de correo
 - 4.- Chat y Grupos
 - 5.- Banner
- 2.Herramientas de Marketing Mix

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO

- 1.Introducción al Comercio Electrónico
- 2.Usos del comercio electrónico
- 3.PARTICIPANTES QUE INTERVIENEN EN EL COMERCIO ONLINE
- 4.Categorías del comercio electrónico
 - 1.- B2B: Business To Business (Comercio electrónico entre empresas)
 - 2.- B2C: Business To Costumer (Comercio electrónico entre la empresa y el consumidor)

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ventajas del comercio electrónico
 - 1.- Ventajas en empresas
 - 2.- Ventajas en los consumidores
2. El comercio electrónico y sus inconvenientes

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
 - 1.- Variables a tener en cuenta en nuestro Social Media
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Creando Social Media Plan
4. Cómo utilizar el Social Media Marketing para aumentar las ventas
5. 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. ROI "Retorno de inversión"
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
 - 1.- Cómo hacer correctamente un envío de Email
 - 2.- ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROCESO DE COMPRA INFLUENCIADO POR EL CONTENIDO WEB

1. Introducción
2. Determinar a los compradores
3. Mecanismos principales de su sitio Web dirigidos a los compradores
 - 1.- Los estilos y medios de comunicación favoritos del comprador
 - 2.- Expresa una personalidad
 - 3.- Las fotos e imágenes como medio de Expresión
 - 4.- Incluir herramientas de contenido interactivo
 - 5.- Habilitar envío de comentarios
 - 6.- Facilite un medio para que los clientes se comuniquen entre sí
 - 7.- Cree contenido que pueda convertirse en viral
4. Diríjase a un nicho específico a través de las fuentes RSS
5. Vincular el contenido al ciclo de ventas directamente
6. Algunas consideraciones más
7. Modelo de marketing de código abierto

PARTE 2. ANALÍTICA WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB Y SEO

1. Introducción al SEO
2. Historia de los motores de búsqueda
3. Componentes de un motor de búsqueda
4. Organización de resultados en un motor de búsqueda
5. La importancia del contenido

6.El concepto de autoridad en Internet

7.Campaña SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA WEB Y SEM

1.Introducción al SEM

2.Principales conceptos en SEM

3.Sistema de pujas y Calidad del anuncio

4.Creación de una campaña

5.Creación de anuncios con calidad

6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS Y MÉTRICA WEB

1.Conceptos básicos

2.Métricas

3.Visitas

4.Visitantes

5.Páginas

6.Promedio de tiempo en una página web

7.Promedio de tiempo en un sitio web

8.Tasa de rebote

9.Tasa de salida

10.Tasa de conversión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN DE SITIOS WEB

1.Usabilidad

2.Mapas de calor

3.Grabaciones de sesiones de usuario

4.Ordenación de tarjetas

5.Test A/B

6.Test multivariante

7.KPI, indicadores clave de rendimiento

8.Cambios a realizar para optimizar una página web

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OPTIMIZACIÓN DEL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

1.Optimización del posicionamiento en buscadores

2.Factores que influyen en el posicionamiento orgánico

3.Factores que influyen negativamente en el posicionamiento orgánico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS EN REDES SOCIALES

1.Análisis del tráfico en redes sociales

2.Fijar objetivos en redes sociales

3.Facebook

4.Twitter

5.Youtube

- 6.Blogs
- 7.Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIÓN WEB PARA MÓVILES

- 1.Contenidos optimizados para móviles
- 2.Aplicación web para móviles
- 3.Social Media Mobile
- 4.Marketing móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA WEB

- 1.Listado de herramientas
- 2.Herramientas de analítica web
- 3.Herramientas de análisis de logs
- 4.Herramientas de medición mediante tags
- 5.Herramientas para medir el rendimiento de nuestro sitio web
- 6.Herramientas para recoger información de diseño o usabilidad web
- 7.Herramientas que analizan nuestra actividad en redes sociales
- 8.Herramientas de inteligencia competitiva

PARTE 3. MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE

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

- 1.- B2C
- 2.- B2B
- 3.- Otros
- 3.Objetivos y estrategias
- 4.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
 - 1.- Formas de búsqueda del usuario
 - 2.- Sitios o palabras a la hora de posicionar
 - 3.- Etapas de recolección de palabras clave
 - 4.- Herramientas para las palabras clave
 - 5.- Escogiendo las palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO

- 1.Técnicas SEO on-page
 - 1.- Estructura del Sitio web
 - 2.- Landing Page
 - 3.- Maquetación en HTML5
 - 4.- Maquetación en CSS3
 - 5.- Creación de metas
 - 6.- Modificación en código
 - 7.- Creación de URL friendlys dinámicas
 - 8.- Vínculos internos y externos
 - 9.- Densidad de palabras
- 2.Técnicas SEO off-page
 - 1.- Link Baiting
 - 2.- Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)

- 3.- Creación de enlaces en Redes Sociales
- 4.- Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
- 3. Técnicas SEO avanzadas
 - 1.- La semántica y el Social Media como protagonistas
 - 2.- Rich Snippets
 - 3.- Microdatos y microformatos
 - 4.- 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
 - 1.- Ubicación de los anuncios
 - 2.- Creación del anuncio
 - 3.- Número uno en el ranking
- 4. Principales plataformas del marketing en buscadores
- 5. Google AdWords
 - 1.- Iniciar cuenta en Google AdWords
 - 2.- Creación de campañas para el buscador Google
- 6. Bing Ads
 - 1.- Iniciar sesión en Bing Ads
 - 2.- Crear una campaña nueva en Bing Ads
- 7. 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
 - 1.- Claves de la elección de palabras clave
 - 2.- Nivel de competencia de cada palabra clave
 - 3.- KeyWords: Long Tail
 - 4.- KeyWords: genéricas
- 2. Herramientas de búsqueda de palabras clave
 - 1.- Google Keyword Planner
 - 2.- Google Trends
 - 3.- Google Suggest
 - 4.- SEMrush
 - 5.- 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
 - 1.- Community Manager
 - 2.- Record Manager
 - 3.- Social Media Planner
 - 4.- Social Media Marketing (SMM)
 - 5.- Social Media Optimization (SMO)
4. Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia
5. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
6. Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio
7. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

PARTE 4. SEO AVANZADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESENTACIÓN AL CURSO SEO AVANZADO

1. ¿Que diferencia existe entre SEO y SEO avanzado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEO INTERNACIONAL USO Y POSICIONAMIENTO

1. ¿Qué es SEO internacional y cómo funciona?
2. Buscadores Yandex y Baidu
3. Posicionamiento SEO en Yandex y Baidu
4. Orientación geográfica con Search Console

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEO LOCAL VENTAJAS DE USO Y POSICIONAMIENTO

1. ¿Qué es SEO local y cómo puede ayudarnos en nuestro website?
2. Factores de posicionamiento de SEO local y la implementación en respectivos schemas
3. Cómo obtener posicionamiento de nuestro sitio web o negocio
4. Incluir un sitio web o una empresa en Google my Business

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÓMO MEJORAR EL POSICIONAMIENTO EN GOOGLE

1. HTML de Google para mejorar el SEO de nuestro website

2. Configuración sitelinks desde Search Console
3. Enlaces a nuestro sitio web con PageRank
4. Cómo mejorar el SEO
5. Evaluar tu experiencia en móviles con Search Console evaluando su tiempo
6. Estadísticas de rastreo mediante el robot de Google

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FUTURO UNA NUEVA VISIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA SEO

1. Machine learning o estudio de máquinas
2. Introducción a ASO una nueva aplicación para optimizar

PARTE 5. SEO: POSICIONAMIENTO DE SU SITIO WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

1. Introducción al SEO/SMO
2. Principales características de GOOGLE
3. Algoritmos de GOOGLE
4. ¿Cómo funciona Google

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REALIZANDO BÚSQUEDAS EN INTERNET

1. ¿Cómo se busca en internet?
2. Conceptos básicos
3. Búsqueda universal
4. Palabras resumidas o extensas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PÁGINA DE RESULTADOS DEL BUSCADOR "SERP"

1. ¿Qué son las SERP?
2. Funcionamiento de las SERP
3. Primeros resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORIENTADO NUESTRO SITIO AL OBJETIVO

1. ¿Cuál es nuestro objetivo?
2. ¿Quién es nuestro público objetivo?
3. Competencia
4. Mejorar nuestro producto con respecto a la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PALABRAS CLAVE

1. ¿Qué son las palabras clave?
2. Definiendo las palabras clave
3. Creando palabras clave
4. Monitorizando resultado de palabras clave

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB

1. ¿Para qué necesitamos optimizar?
2. Introducción a la optimización del contenido

3. Crear etiquetas META
4. Añadiendo las palabras clave en el contenido
5. Estructurados de los datos
6. Optimización de elementos multimedia "Imágenes y Vídeos"

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INDEXACIÓN: INTRODUCCIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Introducción a la indexación
2. Mejorando la estructura del sitio web
3. Optimizar web para GoogleBot
4. Optimización para móviles
5. ¿Cómo indexar el sitio web?
6. Otros tipos de indexación
7. Spamdexing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. (SMO) OPTIMIZACIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES

1. ¿Qué es el SMO?
2. Web social

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MONITORIZACIÓN

1. Supervisando la indexación
2. Monitorizando la popularidad
3. Audiencia de su sitio web

UNIDAD DIDÁCTICA 12. WEBMASTERS: HERRAMIENTAS

1. Google Webmaster Tools (GWT) y Google Analytics
2. WebmasterTool Bing
3. Herramientas para redes sociales

PARTE 6. COMPETENCIAS, COMUNICACIÓN Y FIRMA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS: WEB 2.0

1. Web 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LOS BUSCADORES

1. Buscadores
2. ¿Cómo funciona un buscador?
3. Principales motores de búsqueda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BÚSQUEDAS AVANZADAS

1. Marketing en motores de búsqueda
2. La búsqueda semántica
3. SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIOS POR INTERNET

1. Impacto de las tecnologías en los resultados de la organización

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

- 1.Servicios y su monetización
- 2.La nube
- 3.HTML
- 4.Uso del correo electrónico y los SMS
- 5.¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing
- 6.Mapas mentales
- 7.Diseño de Textos digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTRODUCCIÓN A BLOGGING Y MICROBLOGGING

- 1.Primeros pasos para crear un blog

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DE IMÁGENES.

- 1.Texto en imágenes
- 2.Imagen digital
- 3.Infografía en Photoshop
- 4.Gestión de la información

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LOS DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL

- 1.Derechos De Autor Y Propiedad Intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNIDADES VIRTUALES: FOROS Y REDES SOCIALES

- 1.Ning: Foros de discusión y salas de chat
- 2.Redes sociales
- 3.Facebook y youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ENTORNOS COLABORATIVO

- 1.Uso de la nube
- 2.Escritorio virtual o VDI
- 3.Crowdsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPORTAMIENTO ON-LINE

- 1.Netiquette

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SEGURIDAD EN INTERNET

- 1.Internet seguro
- 2.Comercio seguro
- 3.SSL y SSH
- 4.Algoritmo criptográfico
- 5.Certificado digital

UNIDAD DIDÁCTICA 13. COMPETENCIAS DIGITALES BÁSICAS

- 1.Amenazas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. COMUNICACIÓN EN INTERNET

- 1.Diferencias entre los medios de comunicación de antes con los medios de comunicación de ahora
- 2.Tecnologías de las aplicaciones web

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TRABAJAR POR INTERNET

- 1.Comunidades
- 2.Relaciones públicas
- 3.Trabajando por internet
- 4.Internet como plataforma de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HERRAMIENTAS DE TRABAJO POR INTERNET

- 1.Correo WebMail
- 2.Microblogging y Mensajería instantanea
- 3.Aplicaciones del navegador

UNIDAD DIDÁCTICA 17. TRABAJO EN GRUPO

- 1.Wikis
- 2.Blogs
- 3.Alojamiento de archivos compartidos
- 4.Herramientas para documentar

UNIDAD DIDÁCTICA 18. PERFIL DIGITAL

- 1.Personalidad digital del sitio Web
- 2.Perfil digital profesional
- 3.Implantar un blog corporativo
- 4.Estrategia de desarrollo de comunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 19. NETWORKING

- 1.Introducción al Networking
- 2.Twitter y Facebook
- 3.Redes sociales profesionales
- 4.Instagram y Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 20. FIRMA Y CERTIFICADO DIGITAL

- 1.¿Qué es un certificado Digital?
- 2.Firma electrónica
- 3.Incorporación de la sociedad a las NNTT de la Información y las Comunicaciones (TIC)

UNIDAD DIDÁCTICA 21. CONTENIDO Y ALCANCE

- 1.Efectos de las TIC en la Sociedad de la Información

UNIDAD DIDÁCTICA 22. NORMATIVA

- 1.Normativa del Comercio Electrónico en España

UNIDAD DIDÁCTICA 23. ¿CÓMO OBTENER LA FIRMA ELECTRÓNICA?

- 1.Criptografía
- 2.Procedimiento de obtención de la Firma Electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GESTIÓN DE RIESGO

- 1.Introducción a la Gestión de Riesgo

UNIDAD DIDÁCTICA 25. DONDE UTILIZAR LA FIRMA DIGITAL

- 1.Organismos oficiales nacionales, autonómicos, locales
- 2.Transacciones comerciales y financieras

UNIDAD DIDÁCTICA 26. SISTEMAS DE SEGURIDAD EN LA EMPRESA

- 1.Seguridad En La Empresa