MARE NOSTRUM
BUSINESS SCHOOL

MÁSTER

MÁSTER EN SEO Y SEM AVANZADOS + CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN SEO Y SEM (Universidad de Nebrija)

MNBSNEB031

UNIVERSIDAD NEBRIJA

Miembro de: AGRUPACIÓN vértice





MÁSTER EN SEO Y SEM AVANZADOS + CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN SEO Y SEM (Universidad de Nebrija)

METODOLOGÍA

Este **Máster en SEO y SEM Avanzados + Curso de Especialización en SEO y SEM** está dirigida a profesionales, técnicos y a todas aquellas personas que estén interesadas en este ámbito profesional.

Permite conocer el sector hotelero, el turismo y la hostelería, el hotel, el departamento de pisos del hotel, el puesto de gobernanta, la camarera de pisos, la revisión y los controles del trabajo realizado, los aspectos complementarios, la decoración, la calidad, higiene y seguridad en el trabajo y el acuerdo laboral de ámbito estatal para el sector de hostelería.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre la Escuela Mare Nostrum. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA DE 350H

MODALIDAD ONLINE

DURACIÓN DE HASTA UN AÑO

CURSO INICIAL ONLINE

TUTORÍAS INDIVIDUALES

IDIOMA CASTELLANO



IMPORTE TOTAL

VALOR ACTUAL:
~~3920€~~ 980€

PAGO FRACCIONADO DISPONIBLE

DIFERENTES MÉTODOS DE PAGO

ENVÍO DEL DIPLOMA INCLUIDO

RECONOCIMIENTO

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN SEO Y SEM AVANZADOS", de la ESCUELA MARE NOSTRUM, avalada por nuestra condición de socios de la AEEN, asociación española de escuelas de negocios.

Además, el alumno/a recibirá un diploma que certifica haber superado el CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN SEO Y SEM expedida por la Universidad Nebrija, en colaboración con AGRUPACION VERTICE, con el reconocimiento de 2 ECTS.



PLAN DE ESTUDIOS

PARTE 1. SEO Y SEM AVANZADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL POSICIONAMIENTO WEB

1. MOTORES DE BÚSQUEDA
2. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES
    - Rastreo e indexación
    - Algoritmos de búsqueda
    - Aparecer en Google
    - Google PageRank
3. Autoridad de dominio y autoridad de página
4. PALABRAS CLAVE
    - Long tail keywords
    - Keyword research
5. DIRECTRICES PARA *WEBMASTERS*
6. Penalizaciones de Google

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*
    - Funciones SEO
    - SEO manager
2. ESTRATEGIAS SEO
    - *Black hat SEO*
    - Grey hat SEO
    - White hat SEO
3. HERRAMIENTAS SEO
    - *SEO TÉCNICO*

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: TÉCNICAS SEO

1. TÉCNICAS SEO *ON PAGE*
    - Estructura interna de la página web
    - Títulos y descripciones
    - Encabezados
    - Optimización del contenido
    - Optimización de las imágenes
    - Enlazado interno y externo
    - Optimización de URL
    - Velocidad de carga
    - Experiencia del usuario

2. TÉCNICAS SEO *OFF PAGE*
    - *Link building*
    - Construcción de marca
    - Marketing de contenidos
    - Relaciones públicas
    - SEO local
    - Redes sociales
    - Foros
    - Marketing de influencers
    - Eventos
    - Artículos de invitado
    - *Podcasts*
    - Reseñas
    - Distribución de contenidos
3. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA SEO

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO PATROCINADO

1. SEARCH ENGINE *MARKETING*
    - Objetivos
    - Ventajas y desventajas
    - Conceptos básicos de una estrategia SEM
2. CAMPAÑA DE SEM
    - Método para comprar publicidad
    - Algoritmos y métricas relevantes
    - Concordancia
3. GOOGLE ADS
    - Creación de una cuenta
        - Configuración de la primera campaña
    - Estructura de la campaña
    - Tipologías de campaña
    - Formatos de anuncio
        - Extensiones del anuncio
        - Posición del anuncio
        - Estado del anuncio o la extensión
    - Objetivos de la campaña
    - Presupuesto y pujas
    - Segmentación por audiencias
    - Medición de los resultados
        - Principales métricas de rendimiento
        - Retorno de la inversión
        - Tráfico al sitio web
        - Notoriedad de la marca
    - Optimización de la campaña
4. *REMARKETING* EN GOOGLE ADS
5. Tipologías de r*emarketing*
6. Ventajas del *remarketing*

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. WORDPRESS I

1. ¿QUÉ ES UN BLOG?
    - Características generales de un blog
        - Características técnicas
        - Características sociales
    - Mantenimiento y visibilidad
    - Tipologías de blog
    - Blog para empresas
2. WORDPRESS
    - Productos de WordPress
        - Blogs
        - Páginas web
        - Dominios
        - *E-commerce*
        - Otros productos
    - Funcionalidades de WordPress
        - Temas
        - *Plugins*
        - *Widgets*
        - Google Apps
    - Diseño responsive de Wordpress

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. WORDPRESS II

1. CONFIGURACIÓN DE WORDPRESS
    - Panel de administración
    - Páginas
    - Entradas
    - Categorías y etiquetas
    - Contenidos multimedia
    - Comentarios
    - Usuarios
2. SEO EN WORDPRESS
3. GOOGLE ANALYTICS EN WORDPRESS
    - ¿Cómo activar Google Analytics en WordPress?

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?
    - Objetivos y funciones de la analítica web
        - Implementación de procesos de medición

        - *Clickstream*
        - Experimentación y testing A/B
        - Análisis de resultados
        - Informe de datos
    - Herramientas de analítica web
    - Auditoría web
2. FUNDAMENTOS DE GOOGLE ANALYTICS
    - Dimensiones y métricas
    - Audiencias
    - Principales porcentajes
        - Porcentaje de rebote
        - Porcentaje de salidas o de abandono
    - Página de destino
    - Evento
    - Conversión
    - Objetivo
    - Visita o usuario único
3. COOKIES
    - ¿Qué ley regula las *cookies*?
    - Tipologías de *cookies*
        - *Cookies* según la entidad que las gestiona
        - *Cookies* según su finalidad
        - *Cookies* según su plazo de activación
    - Eliminación de *cookies*
4. JAVASCRIPT
5. JavaScript y Google Analytics

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE ANALYTICS I

1. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS
    - Google Analytics 4
2. FUNCIONAMIENTO
3. CONFIGURACIÓN DEL SEGUIMIENTO WEB
    - Instrucciones básicas para configurar la etiqueta global
    - Implementación de una etiqueta de Universal Analytics con Google Tag Manager
    - Errores habituales en la configuración de la etiqueta
    - Recogida de datos de una aplicación móvil
4. GOOGLE ADS Y GOOGLE ANALYTICS
    - Vinculación de las cuentas
    - Seguimiento de las conversiones
    - Datos distintos en los informes
5. JERARQUÍA
    - Organizaciones
    - Cuentas
    - Propiedades
    - Vistas
    - Usuarios y permisos
6. INTERFAZ

- Página ‘Administrar’

Resumen
Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GOOGLE ANALYTICS II

1. INFORMES
    - Tipologías de informes
        - Informes ‘En tiempo real’
        - Informes ‘Audiencias’
        - Informes ‘Adquisición’
        - Informes ‘Comportamiento’
        - Informes ‘Conversiones’
    - Informes personalizados
    - Comparación de periodos
    - Comparación de datos
    - Exportar y compartir informes
2. OBJETIVOS
    - Tipologías de objetivos
    - Límites de objetivos
3. SEGMENTOS
    - Tipologías de segmentos
    - Creación, aplicación y eliminación de segmentos
4. FILTROS
5. ALERTAS PERSONALIZADAS
6. PUBLICIDAD
7. EXTENSIONES DE GOOGLE CHROME
    - Google Tag Assistant Recordings
    - WASP Web Analytics
    - Google Analytics Debugger
8. GOOGLE MARKETING PLATFORM
    - Partners de Google Marketing Platform
9. GOOGLE ANALYTICS INDIVIDUAL QUALIFICATION
10. AYUDA DE GOOGLE ANALYTICS

Resumen
Autoevaluación

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA

PARTE 2. ESPECIALIZACIÓN EN SEO Y SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POSICIONAMIENTO y SEO

11. Posicionamiento web
    - Importancia del posicionamiento
    - Posicionamiento natural o patrocinado

- Palabras más buscadas
- Posicionamiento y marketing online

12. Posicionamiento patrocinado
    - Aspectos del posicionamiento publicitario
    - Comprar un anuncio
    - Ubicación de un anuncio
    - Creación de un anuncio
13. SEO
    - Seccionando a los visitantes
    - ¿Cuándo hacemos seo?
    - En qué se basa el seo
14. El trabajo SEO
    - Elección de las palabras clave
    - Lista de términos de marketing, por encuesta y populares
    - Sacando partido a google trends

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FIJANDO OBJETIVOS

1. Fijar objetivos
    - Conociendo el futuro: previsión de visitas
    - Calcular las visitas a partir de la posición en serp
    - ¿Dónde estamos?
    - Herramientas de monitorización serp
2. Fijando objetivos II
    - Información útil
    - Flash, el problema del contenido invisible
    - Densidad de palabra (keyword density)
    - Long tail, la larga cola de palabras clave
    - Marketing en internet
3. Fijando objetivos III
    - Estructurar la información
    - Link juice y el atributo “nofollow”
    - Importancia no es lo mismo que pagerank
    - Subdominios o carpetas
    - Dando nombre a las páginas
    - Url estáticas o dinámicas
    - Paso de parámetros entre páginas dinámicas
    - Reescribiendo la dirección de los enlaces
    - Cabecera de página
    - Html validado
    - Campos meta
    - Dentro de la página
    - Organizar el contenido con titulares
    - Html validado