



ADGD212PO. Posicionamiento web en buscadores en el sector de la publicidad.

Sku: PS732

Horas: 105

Formato: HTML

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos en relación al posicionamiento web en buscadores, entendiendo sus beneficios, factores claves y las técnicas que ha de aplicar para mejorar el posicionamiento de un sitio web en el sector de la publicidad.

CONTENIDOS

1. Introducción. 1.1. Buscadores y directorios. 1.2. Relevancia de los resultados. 1.3. Tráfico cualificado. 1.4. Técnicas penalizables de posicionamiento. 1.5. Tipos de búsquedas.
2. Primeros pasos 2.1. La importancia de las palabras clave. 2.2. La teoría The Long Tail. 2.3. Crear una cuenta Google. 2.4. Registrarse en Google Analytics. 2.5. Herramientas de tráfico del servidor web. **3. Búsqueda de las palabras clave (keyword research)** 3.1. Introducción. 3.2. Diferencias entre palabras para SEO y palabras para SEM. 3.3. Fuentes internas de información. 3.4. Fuentes externas. 3.5. Herramientas para palabras clave. **4. Elección de palabras clave** 4.1. Introducción. 4.2. Agrupar las palabras clave. 4.3. Concordancia de palabras clave. 4.4. Calcular el volumen de búsquedas. 4.5. Filtrar según el número de búsquedas exactas. 4.6. Calcular la competencia de las palabras clave. 4.7. Calcular el índice KEI. 4.8. Valorar los resultados. **5. SEO on page** 5.1. Introducción. 5.2. Estructura del sitio web. 5.3. Dominio y URL. 5.4. El título de la página. 5.5. Encabezados y texto de la página. 5.6. Las etiquetas meta. **6. SEO off page** 6.1. Popularidad de un sitio web. 6.2. Conseguir enlaces externos. 6.3. Alta en directorios. 6.4. Intercambio de enlaces. 6.5. Enlaces que penalizan. 6.6. Social Media. **7. Contenidos difíciles de posicionar** 7.1. Imágenes. 7.2. Flash.