

Posicionamiento en buscadores



Sku: PDADGD211PO

Horas: 50

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos, habilidades y estrategias necesarias para lograr posicionar su página Web en las primeras posiciones.
- Diferenciar los conceptos de presencia digital y posicionamiento para entender la necesidad de posicionar una web en los principales buscadores.
- Entender la optimización web como parte de las estrategias globales del marketing on line.
- Identificar las herramientas, servicios y ventajas de una empresa frente al resto.
- Conocer la terminología básica del posicionamiento en buscadores y sus acciones principales.
- Aprender de manera práctica el uso de distintas herramientas que permiten conocer si una web está indexada y como lo está.
- Comprender el concepto de “palabra clave” dentro del marco actual de la búsqueda semántica.
- Identificar los factores más importantes del SEO on page y off page.
- Entender la creación de contenidos como base del SEO, conociendo tipos, formatos y maneras de optimizarlos.
- Conocer los factores on server y su influencia en los criterios del buscador para considerarlos a la hora de alojar el sitio web
- Detectar las malas prácticas, tanto on page como off page, para poder evitarlas, identificando los riesgos que entrañan.
- Entender el Linkbuilding como estrategia, las formas de promover los enlaces entrantes.
- Aproximarse a la analítica web como herramienta de optimización.
- Establecer los objetivos en el inicio del proyecto SEO.
- Descubrir, a través de planteamientos prácticos, la razón de por qué es necesario plantear objetivos.
- Conocer los distintos tipos de planteamientos prácticos.
- Analizar la situación de la estrategia SEO.

- Investigar objetivos y fórmulas SEO de casos reales para lograr comprender la complejidad del marketing digital.
- Interiorizar la necesidad de marcar objetivos y seguir un proceso metódico en la optimización web.
- Interiorizar qué es la estrategia y qué función desempeña en el SEO.
- Llevar a cabo una recapitulación de los aspectos del SEO entendiendo cada elemento y su posición en el conjunto.
- Contrastar el conocimiento teórico con la práctica del posicionamiento en buscadores.
- Aprender la necesidad de llevar a cabo la optimización web de manera constante e ir mejorando a lo largo del tiempo gracias a los datos de la analítica web.

CONTENIDOS

Unidad 1: Espacio formativo.

- Conceptos generales sobre el SEO.
 - ¿De qué hablamos cuando hablamos?
 - ¿Por qué Google?
 - ¿Qué es el SEO?
 - Sitio Web. Consideraciones generales.
 - ¿Está nuestro sitio indexado?
- Búsqueda: funcionamiento y algoritmos.
 - Herramientas para saber si tu sitio está indexado y como lo está.
 - ¿Cómo ve Google nuestra página?

- Herramientas.
- ¿Qué sucede cuando hay problemas?
- Webmasters Tools.
- Algoritmos de Google: PageRank I.
- Algoritmos de Google: PageRank y TrustRank II.
- Algoritmos de Google: PageRank y TrustRank III.
- Algoritmos de Google: AuthorRank.
- Contenidos prácticos.
 - Lectura relacionada con el sistema SEO.
 - Análisis de la importancia del posicionamiento de un negocio en los buscadores generales.

Unidad 2: Factores on site y factores off site.

- Elección de palabras clave.
- Factores en la página. On page.
 - Factor on page: Calidad del contenido.
 - Factor on page: Optimización de etiquetas, encabezados y URL,s.
 - Factor on page: Arquitectura de la información. Imágenes y contenido multimedia.
 - Factor on page: WPO (Web Page Optimization).
- Factores en el servidor. On server.

- Creación de contenidos.
 - Tipos de contenidos web.
- Black hat sep: prácticas SEO penalizables.
- Linkbuilding y linkbating.
 - Analítica web.
 - Tipos de enlaces.
 - Métricas de la analítica web.
- Buenas y malas prácticas.
- Contenidos prácticos.
 - Síntesis de los factores on site que influyen a la hora de llevar nuestra página web a las primeras opciones de los buscadores.
 - Selección de las palabras clave con el objetivo de crear una página Web que aparezca en los primeros puestos del ranking de los buscadores.
 - Síntesis de los conceptos Linkbuilding y Linkbating.
 - Identificación de buenas y malas prácticas relacionadas con los factores Off-site.

Unidad 3: Objetivos.

- Planteamiento.

- Casos de éxito.
 - Caso 1: Compañía aseguradora.
 - Caso 2: Colegio concertado en Santander.
- Casos reales.
 - Movistar: catálogo, contenido y mejora continua.
 - El Corte Inglés: crecimiento exponencial.
- Contenidos prácticos.
 - Interiorización de la importancia de establecer los objetivos que se quieren alcanzar con el posicionamiento en buscadores.
 - Analizar un caso de éxito de posicionamiento Web que haya marcado tendencia.
 - Debate relacionado con los pasos a seguir para posicionar una página Web.

Unidad 4: Estrategia y metodología. Conclusiones y seguimiento.

- ¿Qué?
 - Planificador de palabra clave de Google.
- ¿Por qué?
- ¿Cómo?
- ¿Quién?
 - Tipos de usuarios.
- ¿Dónde?
- ¿Cuánto?

- Conclusiones
 - Estrategia.
 - Metodología.
- Contenidos prácticos.