

EXPERTO EN MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

+ OBJETIVOS:

Ofrecer una formación especializada en la materia. Conocer qué es y para qué sirve Internet hoy en día. Alcanzar el nivel de visibilidad en Internet deseado y disponer de una correcta estrategia online que consiga integrar en Internet todos los procesos publicitarios y comerciales de su negocio. Posicionar correctamente un sitio web buscando clientes potenciales.

+ CONTENIDOS:

MARKETING ONLINE

- Introducción al Marketing online
- Internet como canal de comunicación
- Conceptualización del marketing online
- Comparativa frente al marketing tradicional
- Características del marketing online
- Fundamentos del marketing online
- Implementar la estrategia de marketing online
- Niveles de acercamiento al marketing online
- Modelos de pago

EL ENTORNO WEB

- Elementos del entorno web: sitio y páginas
- HTML: el lenguaje web
- Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
- Plataformas más comunes
- Conceptos sobre servidores

COMERCIO ELECTRÓNICO

Introducción al comercio electrónico
Tipos de comercio electrónico
B2C
B2B
Otros
Objetivos y estrategias
Venta de productos y servicios

POSICIONAMIENTO WEB

Introducción al posicionamiento Web
¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
Palabras más buscadas
Formas de búsqueda del usuario
Sitios o palabras a la hora de posicionar
Etapas de recolección de palabras clave
Herramientas para las palabras clave
Escogiendo las palabras clave

POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)

Motores de búsqueda
Tipos de motores de búsqueda
Funcionamiento de los buscadores
Principales buscadores del mundo
Introducción al posicionamiento SEO
Funciones del posicionamiento SEO
Funciones del SEO Manager
Herramientas SEO
Planificación de una estrategia SEO

TÉCNICAS SEO

Técnicas SEO on-page
Estructura del Sitio web
Landing Page
Maquetación en HTML5

- Maquetación en CSS3
- Creación de metas
- Modificación en código
- Creación de URL friendly dinámicas
- Vínculos internos y externos
- Densidad de palabras
- Técnicas SEO off-page
- Link Baiting
- Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
 - Creación de enlaces en Redes Sociales
 - Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
- Técnicas SEO avanzadas
 - La semántica y el Social Media como protagonistas
 - Rich Snippets
- Microdatos y microformatos
- Schema, RDFa y Open Graph

POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)

- Introducción a la publicidad en buscadores
- Conceptos clave
- Inversión en anuncios publicitarios
- Ubicación de los anuncios
- Creación del anuncio
- Número uno en el ranking
- Principales plataformas del marketing en buscadores
- Google AdWords
 - Iniciar cuenta en Google AdWords
 - Creación de campañas para el buscador Google
- Bing Ads
 - Iniciar sesión en Bing Ads
 - Crear una campaña nueva en Bing Ads
- Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM - HERRAMIENTAS

- KeyWords Hunting: selección de palabras clave
- Claves de la elección de palabras clave
- Nivel de competencia de cada palabra clave
- KeyWords: Long Tail
- KeyWords: genéricas
- Herramientas de búsqueda de palabras clave



Google Keyword Planner
Google Trends
Google Suggest
SEMrush
SISTRIX

MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

Inbound Marketing
Introducción al Marketing de Contenidos
Redacción de contenido en Internet orientado a SEO
Estructura del contenido
Técnicas para generar contenido
Marketing de contenido visual
Marketing de Contenidos para mejorar la imagen de marca

BLACK HAT SEO

¿Qué es Black Hat SEO?
White Hat SEO
Riesgos del uso de Black Hat SEO
Técnicas Black Hat SEO
Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
Informe de Acciones manuales

PLAN SOCIAL MEDIA

Introducción al Plan Social Media
Principales plataformas Social Media en España
Profesionales de las redes sociales



Community Manager
Record Manager
Social Media Planner
Social Media Marketing (SMM)
Social Media Optimization (SMO)
Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia
Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio
Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas