



Posicionamiento web SEO/SEM

Aparecer en los buscadores cuando un potencial cliente busca un producto o servicio se ha convertido en una pieza esencial del marketing digital. Este curso profundiza tanto en el posicionamiento orgánico SEO como en las campañas de pago SEM.

Código Acción: COMM113

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Marketing y relaciones públicas

Duración: 60 horas

Módulos: 9 unidades de contenidos

Modalidad: Teleformación



Especialmente indicado para:

Profesionales de marketing digital, comunicación, ecommerce, contenidos y responsables de webs corporativas que necesiten mejorar la visibilidad y captación de tráfico desde buscadores.

¿Qué mejora aporta este curso?

Ayuda a incrementar la visibilidad online, atraer tráfico cualificado y utilizar de forma coordinada las estrategias SEO y SEM para conseguir mejores resultados comerciales.

Necesidades de formación que cubre:

Permite comprender cómo funcionan los buscadores, optimizar una web, trabajar la autoridad externa, desarrollar campañas de publicidad y medir el rendimiento de las acciones realizadas.

Objetivos:

- Comprender cómo funcionan los motores de búsqueda.
- Optimizar contenidos y estructura web.
- Aplicar técnicas SEO on-page y off-page.
- Realizar auditorías SEO.
- Comprender los principios del SEM.
- Crear y optimizar campañas.
- Analizar KPI y conversiones.
- Utilizar herramientas de analítica.

Contenidos:

Unidad 1. Introducción al SEO

- Fundamentos.
- Motores de búsqueda.
- Indexación.
- Contenidos, enlaces y estructura.

Unidad 2. SEO on-page

- Arquitectura web.
- HTML y web semántica.
- Contenidos.
- Herramientas y plugins.

Unidad 3. SEO off-page

- Backlinks.
- Autoridad.
- Linkjuice.
- Herramientas de análisis.

Unidad 4. Herramientas y analítica SEO

- Analítica.
- KPI.
- Dashboards.

Unidad 5. Consultoría y benchmark SEO

- Auditoría.
- Análisis on-page y off-page.

Unidad 6. Introducción al SEM

- CPC, CPM y CPA.
- Campañas.
- Formatos y segmentación.

Unidad 7. Gestión de campañas

- Conversiones.
- Keywords.
- Quality Score.
- Landing pages.
- Search y display.

Unidad 8. Vídeo marketing

- Publicidad en vídeo.
- Campañas.
- Medición y optimización.

Unidad 9. Analítica SEM

- CAnalítica.
- Optimización.
- KPI y dashboards.