

DESCRIPCIÓN

Los objetivos principales de este curso son:

- Conocer la importancia del posicionamiento web e identificar las características de un posicionamiento patrocinado
- Ampliar conocimientos sobre el SEO y el trabajo SEO
- Analizar los objetivos y acciones necesarias para llegar a un buen posicionamiento web.

DIRIGIDO A

Este curso en modalidad online va dirigido a todas aquellas personas que estén interesadas en adentrarse en las técnicas de SEO, SEM y Marketing Online.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de todo el contenido didáctico
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 50 h

Plazo máximo de realización: 42 días



Titulación Otorgada

SEO y SEM



Título emitido por

Intedya
International Dynamic Advisors



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Contenido interactivo
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 50 h

Plazo máximo de realización: 42 días



Titulación Otorgada

SEO y SEM



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Contenido interactivo
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



Título emitido por

 **Intedya**
International Dynamic Advisors

TEMARIO

Bloque 1. Posicionamiento y SEO

- **Posicionamiento web**
 - 1.1. Importancia del posicionamiento
 - 1.2. Posicionamiento natural o patrocinado
 - 1.3. Palabras más buscadas
 - 1.4. Posicionamiento y marketing online
- **Posicionamiento patrocinado**
 - 2.1. Aspectos del posicionamiento publicitario
 - 2.2. Comprar un anuncio
 - 2.3. Ubicación de un anuncio
 - 2.4. CREACIÓN de un anuncio
- **SEO**
 - 3.1. Seccionando a los visitantes
 - 3.2. ¿Cuándo hacemos seo?
 - 3.3. en qué se basa el seo
- **El trabajo SEO**
 - 4.1. Elección de las palabras clave
 - 4.2. Lista de términos de marketing, por encuesta y populares
 - 4.3. Sacando partido a Google Trends

Bloque 2. Fijando objetivos

1. Fijar objetivos
 - 1.1. Conociendo el futuro: previsión de visitas
 - 1.2. Calcular las visitas a partir de la posición en serp
 - 1.3. ¿dónde estamos
 - 1.4. Herramientas de monitorización serp
2. Fijando objetivos II
 - 2.1. Información útil
 - 2.2. Flash, el problema del contenido invisible
 - 2.3. Densidad de palabra (keyword density)
 - 2.4. Long tail, la larga cola de palabras clave
 - 2.5. Marketing en internet
3. Fijando objetivos III
 - 3.1. Estructurar la información
 - 3.2. Link juice y el atributo "nofollow"
 - 3.3. Importancia no es lo mismo que pagerank
 - 3.4. Subdominios o carpetas
 - 3.5. Dando nombre a las páginas
 - 3.6. Url estáticas o dinámicas
 - 3.7. Paso de parámetros entre páginas dinámicas
 - 3.8. Reescribiendo la dirección de los enlaces
 - 3.9. Cabecera de página
 - 3.10. Html validado
 - 3.11. Campos meta
 - 3.12. Dentro de la página
 - 3.13 organizar el contenido con titulares
 - 3.14. Html validado