

Curso: SEO, SEM, Google Analytics y Google Adwords

SEO SEM

Tipología: Marketing

Categoría: Marketing

Sub Categoría: Marketing

Subvencionado: Si

Estado: publicado

Requerimientos

Tener vinculación con las tareas del área de Marketing

Dirigido a

Departamento de Marketing

Materiales y Equipos

Acceso a Internet

Objetivos

- Comprender los conceptos SEO/SEM como elemento básico para gestionar la presencia en la red, aprendiendo a diferenciar las actividades de posicionamiento natural en buscadores con respecto a la compra de espacios patrocinados.
- Conocer y manejar las principales herramientas de control y seguimiento de resultados, a través de técnicas de analítica web, las propias para el seguimiento de campañas en internet, de optimización de la presencia en la red, y el ratio de retorno de la inversión (ROI).

Temario

SEO: POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES

- VOCABULARIO Y DEFINICIONES BÁSICAS
- METATAGS Y FACTORES RANKING
- OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES Y POSICIONAMIENTO
- ESTRATEGIAS DE LINKBUILDING O CONTENT MARKETING
- MERCADO DE DATOS Y FRAGMENTOS ENRIQUECIDOS
- ESTRATEGIA DE SEO LOCAL Y SEO INTERNACIONAL: CONFIGURACIÓN E INDEXACIÓN
- BLOG Y GUEST BLOGGING
- INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE: TIPOS DE KEYWORD Y MEDICIÓN DE LA EFECTIVIDAD; TIPOS

DE BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE KEYWORD SEGÚN OBJETIVO

• HERRAMIENTAS

SEM: POSICIONAMIENTO DE PAGO EN BUSCADORES

- EL SEM DENTRO DE NUESTRA ESTRATEGIA DIGITAL DE COMUNICACIÓN
- QUÉ ES SEM Y PLATAFORMAS PRINCIPALES.
- SEM DENTRO EL MERCADO PUBLICITARIO
- CONCEPTOS BÁSICOS
- PLANIFICACIÓN Y CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA SEM
- DEFINICIÓN DE OBJETIVOS
- IDENTIFICAR AL PÚBLICO
- SELECCIÓN DE PALABRAS CLAVE, MENSAJES Y LANDING PAGES
- DEFINICIÓN DE ESTRUCTURA Y PRESUPUESTOS

ANALÍTICA WEB Y EN REDES SOCIALES

- INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB
- GOOGLE ANALYTICS
- PARAMETRIZACIÓN AVANZADA DE GOOGLE ANALYTICS
- LAS MÉTRICAS EN SOCIAL MEDIA
- ELABORACIÓN DE INFORMES
- GOOGLE ADWORDS VS ADWORDS EDITOR: DIFERENCIAS ENTRE INTERFACES E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS