



Objetivo

La búsqueda de información a través de buscadores ha tomado especial importancia en los últimos años, hasta tal punto en que la competencia por los primeros puestos es cada vez más feroz. Además, las redes sociales, la internacionalización, las aplicaciones móviles, el videomarketing y una serie de factores más, influyen cada vez en el posicionamiento en internet. En el curso de SEO Avanzado, el alumno aprenderá a aplicar los más recientes métodos avanzados para conseguir el mejor posicionamiento en los principales buscadores de Internet. El alumno deberá tener conocimientos y experiencia en posicionamiento web – SEO para poder seguir los contenidos del curso.



A quién va dirigido

Responsables de Marketing, Webmasters, Diseñadores Web, Programadores Web, Responsables Técnicos de portales web y en general cualquier persona con conocimientos y experiencia en posicionamiento web que quieran obtener unos conocimientos avanzados en SEO para optimizar sus resultados.

Ponente

D. Gustavo Santana
Consultor SEO.

Especialista en servicios de Marketing online.

Metodología:

Curso asistido con ordenador.
(portátil del alumno, consultar disponibilidad)

Fechas: 27, 28 de octubre y
3 y 4 de noviembre 2017

Horario: viernes de 16 a 21h y sábado de 9 a 14h

Importe: 295 €* (PLAZAS LIMITADAS)

*FORMACIÓN

Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



Programa

1. Introducción al curso SEO avanzado
2. Planificación de la página web para posicionamiento
3. SEO para vídeo: Posicionamiento en Youtube y Videomarketing
4. SEO local: factores de posicionamiento. Geolocalización
5. SEO internacional: posicionamiento en varios idiomas u orientado a distintos países
6. Search Console: cómo mejorar el posicionamiento en Google en un país específico
7. Analítica aplicada al SEO: qué y cómo medir
8. SEO y el futuro
9. SEO para Ecommerce
10. SEO Técnico

[VER TEMARIO AMPLIADO](#)



Programa ampliado

1. INTRODUCCIÓN AL CURSO SEO AVANZADO

- Diferencias fundamentales entre SEO y SEO avanzado

2. PLANIFICACIÓN DE LA PÁGINA WEB PARA POSICIONAMIENTO

- Definición o redefinición de objetivos: resultados a obtener de la página
- Promoción de marca (branding) o captación de usuarios y clientes (acquisition)
- SEO vs SEM: ¿Cuál usar, cuando y para qué?
- KeyWords
- Landing Pages: Uso y promoción de landing pages
- Comparativa con nuestra competencia
- Penalizaciones y linkbuilding

3. SEO PARA VÍDEO: POSICIONAMIENTO EN YOUTUBE Y VIDEOMARKETING

- Por qué SEO para vídeos: nueva estrategia de posicionamiento
- Schemas para vídeos: nuevas posibilidades para SEO
- Cómo realizar SEO para vídeos mediante WordPress
- Youtube: keywords en título, descripción y etiquetas, visitas y “me gusta”, comentarios, subtítulos o transcripción, retención

4. SEO LOCAL: FACTORES DE POSICIONAMIENTO. GEOLOCALIZACIÓN

- Qué es SEO local y cómo puede ayudarnos en nuestra web
- Factores de posicionamiento de SEO local
- Cómo implementar Schemas para SEO local
- Cómo obtener reseñas de nuestro sitio web o negocio
- Incluir un sitio web o una empresa en Google my Business

5. SEO INTERNACIONAL: POSICIONAMIENTO EN VARIOS IDIOMAS U ORIENTADO A DISTINTOS PAÍSES

- Qué es SEO internacional y cómo funciona
- Otros buscadores: Yandex y Baidu
- Posicionamiento SEO en Yandex
- Posicionamiento SEO en Baidu
- Etiquetas meta de idioma y país
- Definir orientación geográfica con Search Console
- Mejores prácticas para traducir contenido

6. SEARCH CONSOLE: CÓMO MEJORAR EL POSICIONAMIENTO EN GOOGLE EN UN PAÍS ESPECÍFICO

- El marcador de datos de Google. Enriquecimiento de datos estructurados (schema.org)
- HTML de Google para mejorar el SEO de nuestra web
- Configurar sitelinks desde Search Console
- PageRank o informe de enlaces a tu sitio web
- Visibilidad en el índice de Google: cómo mejorar el SEO
- Evaluar tu experiencia en móviles con Search Console
- Evaluar tu tiempo de carga mediante Search Console
- Estadísticas de rastreo mediante el robot de Google



Programa ampliado

7. ANALÍTICA APLICADA AL SEO: QUÉ Y CÓMO MEDIR

- Enlazar Google Analytics con Search Console
- Determinación de las KPI SEO
- Generación de scripts, alertas

8. SEO Y EL FUTURO:

- ASO (App Store Optimization) . Factores ASO on-metadata y off-metadata. ASO en App Store vs. ASO en Google Play. Herramientas ASO
- WPO. Métodos de optimización del rendimiento web. SEO Técnico

9. SEO PARA ECOMMERCE

- SEO para ficha de producto.
- Posicionamiento en buscadores para la vista de categoría, en modo rejilla y modo lista.
- Enlaces No-Follow en tiendas online.
- SEO para magento y para Prestashop
- SEO para WordPress y WooCommerce
- CRO

10. SEO TÉCNICO

- SEO y el servidor
 - Clean IPs,
 - Redireccionamientos
 - Hosting...
 - Dominios absolutos, relativos...
 - Etc...
- SEO y la arquitectura de la página
 - Accesibilidad
 - Usabilidad
 - Jerarquía de links y optimización para PageRank (PR), Domain Authority (DA) y Page Authority (PA)
 - Transferencia de autoridad entre dominios
 - URLS dinámicas vs estáticas
 - Mapa web y mapa xml
- SEO y la construcción de la página y sus contenidos
 - Meta datos (título, descripción...)
 - Código de la página: lenguajes (JAVA, Iframes, Flash, Ajax...), tablas y CSS, imágenes y atributos, etc...
 - Headings, anclajes, enlaces y sus atributos (nofollow, etc...)
 - Texto (redactado, headings, keyword density, etc...)