

MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB

60 Horas

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 friendlys 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