



Curso de Especialización en SEO, SEM y Analytics 300 horas

Preparación para los exámenes de certificación de Google

- Ñ Google es tu mejor escaparate. ¡Nadie irá a buscarte a la segunda página!
- Ñ Dale visibilidad a tu negocio o a tu empresa. Si no estás es imposible que te encuentren...
- Ñ ¿Y tú, dónde buscas lo que necesitas? ¿Llevas la guía telefónica en el bolsillo?
- Ñ ¡Prepárate para una de las profesiones con más demanda!

MÓDULO I. Posicionamiento SEO

1. Introducción al SEO actual
 - 1.1 Principales buscadores y funcionamiento
 - 1.2 Los nuevos factores de mejora del SEO
 - 1.3 Mitos del SEO
 - 1.4 *Plugins* imprescindibles para SEO en Wordpress
 - 1.5 Posicionamiento para negocios locales y Google My Business

2. Definiendo el target
 - 2.1 Definición de conceptos básicos (CTR, conversión, *long tail*...)
 - 2.2 Público objetivo en la web
 - 2.3 ¿Local o global?
 - 2.4 Buscando *keywords* para un proyecto

3. SEO *on page*. Optimización de la web
 - 3.1 La web por dentro. Conceptos de HTML y CSS imprescindibles
 - 3.2 Optimización estructural de la web
 - 3.3 Revisión del contenido
 - 3.4 Utilización adecuado de las *keywords* en el contenido
 - 3.5 Trucos para mejorar el SEO *on page* con contenido de calidad
 - 3.6 Cómo crear vídeos profesionales y baratos para SEO
 - 3.7 Espionaje de páginas
 - 3.8 Indexación de contenidos

4. SEO *off page*. *Linkbuilding*
 - 4.1 Definiciones de conceptos (DA, PA...)
 - 4.2 Estrategias de enlaces
 - 4.3 Tipos de *linkbuilding*
 - 4.4 Cómo conseguir enlaces de temáticas relacionadas
 - 4.5 Cómo buscar dominios caducados con buena autoridad
 - 4.6 Conseguir enlaces imposibles
 - 4.7 Herramientas imprescindibles
 - 4.7.1 Google webmaster tools
 - 4.7.2 Buzzsumo
 - 4.7.3 Semrush
 - 4.7.4 Sistrix
 - 4.7.5 Moz
 - 4.7.6 Scrapebox
 - 4.7.7 Ahrefs
 - 4.8 Creación de la propia PBN (Private Blog Network)

MÓDULO II. Posicionamiento SEM

1. ¿Qué es Google AdWords?
 - 1.1 Estructura en cuenta, campaña, grupo de anuncios, anuncios y *keywords*
 - 1.2 Creación de una estructura
 - 1.3 Segmentación
 - 1.4 Nociones sobre Keyword Research
 - 1.5 Redacción de anuncios eficaces
 - 1.6 Extensiones de anuncios

2. Optimización de una cuenta de AdWords
 - 2.1 Micro conversiones
 - 2.2 Macro conversiones
 - 2.3 Tipos de optimización

3. Informes en AdWords
 - 3.1 Tipos de informes
 - 3.2 Cómo interpretar la información
 - 3.3 Cómo utilizar esa información para mejorar la campaña

4. Red de Display
 - 4.1 Para qué se utiliza la red de Display
 - 4.2 Creación de una campaña en la red de Display
 - 4.3 Optimización de la campaña

5. Preparación y simulacros de exámenes de certificación (edición presencial)
 - 5.1 Examen *Fundamentos de Adwords*
 - 5.2 Examen *Publicidad en búsquedas*

MÓDULO III. Análítica web: Google Analytics

1. La misión de un analista digital
 - 1.1 ¿Qué es un analista digital?
 - 1.2 Herramientas
 - 1.3 Trabajo y objetivos diarios

2. Google Analytics: la herramienta básica
 - 2.1 Visión y misión
 - 2.2 ¿Qué se puede hacer y qué no se puede hacer con Google Analytics?
 - 2.3 Métricas y dimensiones básicas

- 2.4 Estructura de una cuenta
- 2.5 Filtros básicos
- 2.6 Configurar objetivos

- 3. Informes en Google Analytics
 - 3.1 Visión
 - 3.2 Tipos de informes
 - 3.3 Informe especial: las conversiones

- 4. Plan de medición
 - 4.1 ¿Qué es un plan de medición?
 - 4.2 Elaboración de un plan de medición
 - 4.3 Insights

- 5. Preparación y simulacro del examen de certificación (edición presencial)

Preparación para certificaciones de Google

Aparte de la titulación emitida por Instituto de Medios Sociales, el curso también sirve para prepararse para acudir a los exámenes de certificación de Google AdWords y Google Analytics:

| Examen | Descripción |
|--|--|
| Conceptos básicos de AdWords (Módulos I y II) | El examen de conceptos básicos de AdWords trata los conceptos de nivel básico e intermedio, como, por ejemplo, las ventajas de la publicidad online y de AdWords, y las prácticas recomendadas para administrar y optimizar las campañas de AdWords. |
| Publicidad en Búsquedas (Módulos I y II) | El examen de Publicidad en Búsquedas trata los conceptos avanzados y las prácticas recomendadas para crear, administrar, medir y optimizar las campañas de la red de búsqueda. |
| Certificado de aptitud de Google Analytics (Módulo III) | El examen de certificación de Google Analytics es una forma de demostrar el dominio de Google Analytics: métricas y dimensiones, informes, planes de medición, Insights, etc. |

Metodología y calendario docente

La duración del curso es de **250 horas** y conducirá a la obtención de **título de Especialista en SEO, SEM y Analytics**.

Existe la opción de avalar el título con la **Apostilla de La Haya**.

Se puede cursar **totalmente online** o bien de **manera presencial** en la Cidade da Cultura de Galicia (del 21 de octubre de 2017 al 20 de enero de 2018) de acuerdo con el siguiente calendario docente:

| Octubre 17 | | | | | | | Noviembre 17 | | | | | | |
|--------------|----|----|----|----|----|----|--------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | X | J | V | S | D | L | M | X | J | V | S | D |
| | | | | | | 1 | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 27 | 28 | 29 | 30 | | | |
| 30 | 31 | | | | | | | | | | | | |
| Diciembre 17 | | | | | | | Enero 18 | | | | | | |
| L | M | X | J | V | S | D | L | M | X | J | V | S | D |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 29 | 30 | 31 | | | | |

| | |
|--|---|
| | Clase presencial en horario de mañana (10.00 a 14.00) |
| | Docencia virtual |
| | Festivo |

Matrícula

Para matricularse es necesario enviar cumplimentado el **formulario de inscripción** que se encuentra disponible en www.institutomedios.com/formacion antes del día 18 de octubre.

Precio: **290 euros**

Precio desempleados y estudiantes: **270 euros**

El abono de las tasas de matrícula puede realizarse en dos pagos (50% euros antes de empezar el curso y 50% euros al finalizarlo)



Instituto de Medios Sociales
Cidade da Cultura de Galicia, Monte Gaiás, s/n
15707 Santiago de Compostela (España)
(0034) 687 055 364
info@institutomedios.com

Con la colaboración de



CEM
CENTRO DE
EMPRENDE
MENTO



fundación cidade
da cultura de galicia

worpal

Opción de avalar el título con Apostilla de La Haya

