



Curso de Especialización en SEO, SEM y Analytics 300 horas (4ª edición)

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 17 de febrero al 28 de abril) de acuerdo con el siguiente calendario docente:

Febrero						
L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

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

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

	Clase presencial (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 15 de febrero.

Precio: **290 euros**

Precio desempleados, estudiantes y socios del Clúster TIC Galicia: **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



fundación cidade
da cultura de galicia



Opción de avalar el título con Apostilla de La Haya

