



# **Especialista en Marketing Online y Posicionamiento Web**



*Working*

Formación Integral S.L.

[www.workingformacion.com](http://www.workingformacion.com)

# OBJETIVOS

Este curso en Marketing Online y Posicionamiento Web le ofrece una formación especializada en la materia. Todos creemos conocer qué es y para qué sirve Internet hoy en día, pero como muchos saben, esto no es del todo cierto, ya que Internet es algo vivo que cambia y evoluciona con una rapidez sorprendente. La mayoría de las empresas se esfuerzan por diseñar páginas web que agraden a sus clientes, pero desafortunadamente muchas de ellas desconocen, o simplemente se olvidan de que, para alcanzar el nivel de visibilidad en Internet deseado es necesario disponer de una correcta estrategia online que consiga integrar en Internet todos los procesos publicitarios y comerciales de su negocio. Aquí es donde entra en juego el posicionamiento. Cuando hablamos de posicionar correctamente un sitio web, hablamos de posicionamiento de palabras claves, es decir, los términos que buscarán los potenciales clientes.

# CONTENIDOS

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE**

- 1.Introducción al Marketing online
- 2.- Internet como canal de comunicación
- 3.- Conceptualización del marketing online
- 4.- Comparativa frente al marketing tradicional
- 5.- Características del marketing online
- 6.Fundamentos del marketing online
- 7.Implementar la estrategia de marketing online
- 8.Niveles de acercamiento al marketing online
- 9.Modelos de pago

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB**

- 1.Elementos del entorno web: sitio y páginas
- 2.HTML: el lenguaje web
- 3.Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
- 4.Plataformas más comunes
- 5.Conceptos sobre servidores

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO**

- 1.Introducción al comercio electrónico
- 2.Tipos de comercio electrónico
- 3.- B2C
- 4.- B2B
- 5.- Otros
- 6.Objetivos y estrategias
- 7.Venta de productos y servicios

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB**

- 1.Introducción al posicionamiento Web
- 2.¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
- 3.Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
- 4.Palabras más buscadas
- 5.- Formas de búsqueda del usuario
- 6.- Sitios o palabras a la hora de posicionar
- 7.- Etapas de recolección de palabras clave
- 8.- Herramientas para las palabras clave
- 9.- Escogiendo las palabras clave

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)**

- 1.Motores de búsqueda
- 2.- Tipos de motores de búsqueda
- 3.- Funcionamiento de los buscadores
- 4.- Principales buscadores del mundo
- 5.Introducción al posicionamiento SEO
- 6.Funciones del posicionamiento SEO
- 7.- Funciones del SEO Manager
- 8.Herramientas SEO
- 9.Planificación de una estrategia SEO

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO**

- 1.Técnicas SEO on-page
- 2.- Estructura del Sitio web
- 3.- Landing Page
- 4.- Maquetación en HTML5
- 5.- Maquetación en CSS3
- 6.- Creación de metas
- 7.- Modificación en código
- 8.- Creación de URL friendlys dinámicas
- 9.- Vínculos internos y externos
- 10.- Densidad de palabras

11. Técnicas SEO off-page
- 12.- Link Baiting
- 13.- Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
- 14.- Creación de enlaces en Redes Sociales
- 15.- Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
16. Técnicas SEO avanzadas
- 17.- La semántica y el Social Media como protagonistas
- 18.- Rich Snippets
- 19.- Microdatos y microformatos
- 20.- Schema, RDFa y Open Graph

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)**

1. Introducción a la publicidad en buscadores
2. Conceptos clave
3. Inversión en anuncios publicitarios
- 4.- Ubicación de los anuncios
- 5.- Creación del anuncio
- 6.- Número uno en el ranking
7. Principales plataformas del marketing en buscadores
8. Google AdWords
- 9.- Iniciar cuenta en Google AdWords
- 10.- Creación de campañas para el buscador Google
11. Bing Ads
- 12.- Iniciar sesión en Bing Ads
- 13.- Crear una campaña nueva en Bing Ads
14. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM – HERRAMIENTAS**

1. KeyWords Hunting: selección de palabras clave
- 2.- Claves de la elección de palabras clave
- 3.- Nivel de competencia de cada palabra clave
- 4.- KeyWords: Long Tail
- 5.- KeyWords: genéricas

- 6.Herramientas de búsqueda de palabras clave
- 7.- Google Keyword Planner
- 8.- Google Trends
- 9.- Google Suggest
- 10.- SEMrush
- 11.- SISTRIX

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)**

- 1.Inbound Marketing
- 2.Introducción al Marketing de Contenidos
- 3.Redacción de contenido en Internet orientado a SEO
- 4.Estructura del contenido
- 5.Técnicas para generar contenido
- 6.Marketing de contenido visual
- 7.Marketing de Contenidos para mejorar la imagen de marca

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO**

- 1.¿Qué es Black Hat SEO?
- 2.White Hat SEO
- 3.Riesgos del uso de Black Hat SEO
- 4.Técnicas Black Hat SEO
- 5.Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
- 6.Informe de Acciones manuales

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA**

- 1.Introducción al Plan Social Media
- 2.Principales plataformas Social Media en España
- 3.Profesionales de las redes sociales
- 4.- Community Manager
- 5.- Record Manager
- 6.- Social Media Planner
- 7.- Social Media Marketing (SMM)
- 8.- Social Media Optimization (SMO)

9. Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia
10. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
11. Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio
12. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ONLINE**

1. Introducción al Marketing online
- 2.- Internet como canal de comunicación
- 3.- Conceptualización del marketing online
- 4.- Comparativa frente al marketing tradicional
- 5.- Características del marketing online
6. Fundamentos del marketing online
7. Implementar la estrategia de marketing online
8. Niveles de acercamiento al marketing online
9. Modelos de pago

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ENTORNO WEB**

1. Elementos del entorno web: sitio y páginas
2. HTML: el lenguaje web
3. Tecnologías: webs estáticas, interactivas y lenguajes de programación
4. Plataformas más comunes
5. Conceptos sobre servidores

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Introducción al comercio electrónico
2. Tipos de comercio electrónico
- 3.- B2C
- 4.- B2B
- 5.- Otros
6. Objetivos y estrategias
7. Venta de productos y servicios

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO WEB**

- 1.Introducción al posicionamiento Web
- 2.¿Qué importancia tiene el posicionamiento?
- 3.Posicionamiento natural y posicionamiento patrocinado
- 4.Palabras más buscadas
- 5.- Formas de búsqueda del usuario
- 6.- Sitios o palabras a la hora de posicionar
- 7.- Etapas de recolección de palabras clave
- 8.- Herramientas para las palabras clave
- 9.- Escogiendo las palabras clave

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN BUSCADORES (SEO)**

- 1.Motores de búsqueda
- 2.- Tipos de motores de búsqueda
- 3.- Funcionamiento de los buscadores
- 4.- Principales buscadores del mundo
- 5.Introducción al posicionamiento SEO
- 6.Funciones del posicionamiento SEO
- 7.- Funciones del SEO Manager
- 8.Herramientas SEO
- 9.Planificación de una estrategia SEO

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS SEO**

- 1.Técnicas SEO on-page
- 2.- Estructura del Sitio web
- 3.- Landing Page
- 4.- Maquetación en HTML5
- 5.- Maquetación en CSS3
- 6.- Creación de metas
- 7.- Modificación en código
- 8.- Creación de URL friendlys dinámicas
- 9.- Vínculos internos y externos

- 10.- Densidad de palabras
11. Técnicas SEO off-page
- 12.- Link Baiting
- 13.- Creación de enlaces en la Web 2.0 (Link Building)
- 14.- Creación de enlaces en Redes Sociales
- 15.- Social Plugins (Addthis, Google+1, Likes)
16. Técnicas SEO avanzadas
- 17.- La semántica y el Social Media como protagonistas
- 18.- Rich Snippets
- 19.- Microdatos y microformatos
- 20.- Schema, RDFa y Open Graph

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)**

1. Introducción a la publicidad en buscadores
2. Conceptos clave
3. Inversión en anuncios publicitarios
- 4.- Ubicación de los anuncios
- 5.- Creación del anuncio
- 6.- Número uno en el ranking
7. Principales plataformas del marketing en buscadores
8. Google AdWords
- 9.- Iniciar cuenta en Google AdWords
- 10.- Creación de campañas para el buscador Google
11. Bing Ads
- 12.- Iniciar sesión en Bing Ads
- 13.- Crear una campaña nueva en Bing Ads
14. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. KEYWORD HUNTING PARA SEO Y SEM – HERRAMIENTAS**

1. KeyWords Hunting: selección de palabras clave
- 2.- Claves de la elección de palabras clave
- 3.- Nivel de competencia de cada palabra clave
- 4.- KeyWords: Long Tail

- 5.- KeyWords: genéricas
- 6.Herramientas de búsqueda de palabras clave
- 7.- Google Keyword Planner
- 8.- Google Trends
- 9.- Google Suggest
- 10.- SEMrush
- 11.- SISTRIX

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)**

- 1.Inbound Marketing
- 2.Introducción al Marketing de Contenidos
- 3.Redacción de contenido en Internet orientado a SEO
- 4.Estructura del contenido
- 5.Técnicas para generar contenido
- 6.Marketing de contenido visual
- 7.Marketing de Contenidos para mejorar la imagen de marca

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. BLACK HAT SEO**

- 1.¿Qué es Black Hat SEO?
- 2.White Hat SEO
- 3.Riesgos del uso de Black Hat SEO
- 4.Técnicas Black Hat SEO
- 5.Cambios en los algoritmos de Google y penalizaciones
- 6.Informe de Acciones manuales

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLAN SOCIAL MEDIA**

- 1.Introducción al Plan Social Media
- 2.Principales plataformas Social Media en España
- 3.Profesionales de las redes sociales
- 4.- Community Manager
- 5.- Record Manager
- 6.- Social Media Planner
- 7.- Social Media Marketing (SMM)

8.- Social Media Optimization (SMO)

9. Factores a medir en Social Media para conocer la eficacia

10. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media

11. Cómo crear un Social Media Plan para el Negocio

12. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

# MODALIDAD

## METODOLOGÍA

Online. Se entrega el material a través de nuestra plataforma virtual homologada. Contará con acceso a la misma las 24 horas al día los 365 días a la semana.

<http://cursosonline.workingformacion.com>

## DURACIÓN

200 horas.

## IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un  
**DIPLOMA HOMOLOGADO**





*Working*

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza  
976 242 109 - info@workingformacion.com

[www.workingformacion.com](http://www.workingformacion.com)

