



SEO / SEM

Plan de Estudio





Descripción

El programa de SEO / SEM brinda los conceptos, metodologías y herramientas necesarias para la implementación de una estrategia de búsqueda y posicionamiento en motores de búsqueda, partiendo de la definición de los objetivos del negocio. Este posicionamiento puede darse de manera orgánica (SEO) o paga, mediante anuncios en los motores de búsqueda (SEM).

Durante el desarrollo del curso de SEO/SEM los estudiantes desarrollan habilidades y adquieren conocimientos prácticos en las herramientas y estrategias para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda para cualquier marca o empresa.



Objetivos de Aprendizaje

Los estudiantes que cursan y aprueban los ocho módulos que componen el curso, están en capacidad de:

1. Seleccionar las palabras clave, la metainformación y la indexación para el posicionamiento del sitio web.
2. Diseñar un presupuesto óptimo y sostenible en el tiempo que dure la estrategia SEO/SEM teniendo en cuenta la valoración de sus resultados.
3. Implementar campañas de pauta digital en medios y evaluar su desempeño.
4. Producir scripts e implementarlos en las campañas de los sitios web.
5. Identificar y aplicar los estándares de mercadeo digital.
6. Prevenir con acciones concretas los riesgos técnicos en el mercadeo digital.



Estructura y Contenidos

El programa de SEO / SEM ha sido dividido en dos secciones. La primera sección cubre los fundamentos de marketing que necesitas para poder desarrollar estrategias en SEO / SEM. La segunda sección aborda diferentes aspectos relacionados con el negocio, la marca y la estrategia digital. A continuación te ofrecemos la estructura de nuestra certificación.

01 - SEO / SEM

Descripción:

En este módulo conocerás las prácticas SEO y SEM, desde el punto de vista del negocio, los clientes y los motores de búsqueda; estos tres elementos constituyen una triada que te ayudará a alcanzar los objetivos de una campaña de posicionamiento en motores de búsqueda.

Objetivos:

1. Diagnosticar la situación actual SEO.
2. Seleccionar las palabras claves para el posicionamiento del sitio web.
3. Seleccionar la metainformación e indexación para el posicionamiento del sitio web.
4. Diseñar el reporte (atributos y características) SEM del negocio, para implementar en el sitio web.



02 - Diseño de contenidos

Descripción:

En este módulo aprenderás a dar a conocer tu marca de forma efectiva en el entorno digital, mediante el diseño de piezas y páginas web que respondan a las expectativas de los usuarios y clientes ante las exigencias y dinamismo del sector.

Objetivos:

1. Gestionar la marca en el entorno digital.
 2. Diseñar el concepto interactivo (gráfico, visual, auditivo y táctil), para generar afinidad con las audiencias.
 3. Identificar el alcance de la marca en el ámbito jurídico.
 4. Diseñar sitios webs y páginas de aterrizaje con el uso de lenguajes de programación y CMS.
-

03 - Publicidad y pauta en medios digitales

Descripción:

En este módulo encontrarás los conocimientos y las herramientas necesarias para definir una estrategia y plan táctico para pauta digital.

Objetivos:

1. Definir el mix de medios para lograr resultados de branding y/o performance en diferentes dispositivos.
 2. Estructurar campañas y contenidos enfocados en audiencias digitales.
 3. Implementar una campaña de pauta digital en medios.
 4. Evaluar el desempeño de medios frente a los objetivos de la estrategia de mercadeo digital para mejorar la rentabilidad.
-

04 - Analítica Web

Descripción:

En este módulo conocerás las diferentes plataformas de medición de sitios y redes sociales, que ofrecen información valiosa para orientar las acciones del día a día y cuantificar el impacto en los resultados de la estrategia digital y en los resultados de negocio.

Objetivos:

1. Interpretar el comportamiento de los usuarios en la analítica web, de acuerdo con la parametrización y variables definidas.
 2. Interpretar los hallazgos de la analítica web, para la toma de decisiones en la estrategia digital y la empresa o negocio.
-

3. Diseñar el modelo de medición de la estrategia digital alineado con los objetivos de la marca o negocio.
4. Identificar las acciones del usuario, a través de la analítica web que aseguren la conversión del usuario en la estrategia digital de acuerdo con las tendencias del mercado.

05 - Presupuesto vs. Resultados

Descripción:

En este módulo aprenderás a optimizar tu sitio web de forma orgánica con el objetivo de alcanzar un alto posicionamiento digital. Así mismo, estarás en la capacidad de desarrollar un plan de inversión para tu estrategia de SEO y SEM mediante el cual podrás alcanzar los objetivos establecidos previamente.

Objetivos:

1. Evaluar los resultados de la optimización en buscadores (SEO) y Search Engine Marketing (SEM) con respecto al comportamiento del mercado.
2. Diseñar el plan de inversión con el fin de optimizar la estrategia SEO y SEM del negocio.
3. Seleccionar las herramientas, medios y plataformas especializadas para alcanzar los objetivos del plan de inversión SEO y SEM.
4. Preparar la estrategia SEO y SEM para hacerla sostenible en el tiempo.

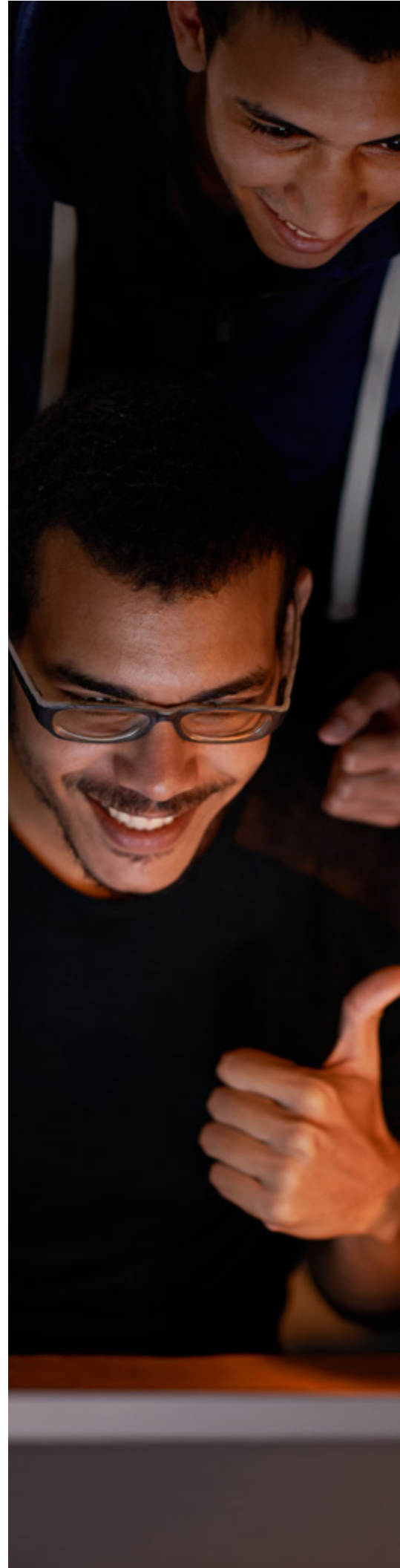
06 - Scripts

Descripción:

En este módulo conocerás las herramientas y lenguajes de mayor relevancia en la construcción de sitios web. Es esta información la que utilizan los motores de búsqueda para determinar la calidad de los productos que se desean indexar y agregar a los resultados de búsquedas. En este sentido, aprenderás a optimizar sitios web de forma orgánica, con el objetivo de alcanzar altos niveles de posicionamiento digital.

Objetivos:

1. Diseñar scripts para medios web.
2. Diseñar lenguajes básicos de HTML, CSS y XML.
3. Diferenciar modelos o herramientas que permitan crear código.
4. Implementar scripts de seguimiento a campañas en un sitio web.



07 - Estándares en marketing digital

Descripción:

En este módulo conocerás la importancia de implementar los estándares de seguridad que debe tener todo sitio web para garantizar a sus usuarios una navegabilidad sin problemas y la total confidencialidad de sus datos personales e información valiosa.

Objetivos:

1. Elegir los certificados o estándares de seguridad y calidad que generan confiabilidad al usuario.
2. Realizar acciones para el posicionamiento del sitio web en SEO a partir de portales referidos, blogs, foros, comunidades y redes sociales.
3. Aplicar la identificación de la estructura SEO en otros motores de búsqueda (IE- Bing-Yahoo).
4. Evaluar periódicamente las tendencias en SEO / SEM.

08 - Riesgos técnicos en marketing digital

Descripción:

En este módulo conocerás los riesgos técnicos a los cuales te encuentras expuesto al tener un negocio digital, con el objetivo de saber prevenirlos o contrarrestarlos a tiempo, para evitar causar un daño a tu información o a la de tus usuarios.

Objetivos:

1. Diferenciar prácticas adecuadas o inadecuadas para el posicionamiento en buscadores (SEO) de un sitio Web.
2. Identificar pruebas de vulnerabilidad para evitar el hacking a un sitio web.
3. Diseñar estrategias para prevenir hacking a un sitio web.
4. Identificar las penalidades existentes en un sitio web vulnerado.

Proyectos Finales

Módulos	Proyecto Final
01 - SEO - SEM	Diseñar una campaña SEO y SEM basada en el diagnóstico de una organización y en los diferentes elementos necesarios para un buen posicionamiento en la red, aumento de tráfico y conversión de clientes.
02 - Diseño de contenidos	Desarrollar una estrategia de branding, propuesta de concepto creativo, diseño de infografía y evaluación de arquitectura web para una marca específica.

03 - Publicidad y pauta en medios digitales

Desarrollar una campaña de pauta digital definiendo una estrategia de pauta enfocada en objetivos de branding y realizar el plan táctico teniendo como referente la realidad y retos del negocio.

04 - Analítica web

Realizar un informe y el diseño de medición de una estrategia digital.

05 - Presupuesto vs Resultados

Desarrollar un plan de inversión, teniendo en cuenta el presupuesto vs. los resultados esperados y posteriormente obtenidos en un escenario profesional hipotético.

06 - Scripts

Generar scripts que te permiten crear sitios web atractivos para los usuarios de las nuevas tecnologías, así como aumentar el posicionamiento de tu negocio en los motores de búsqueda.

07 - Estándares en marketing digital

Crear una estrategia de posicionamiento en motores de búsqueda aplicando los estándares de seguridad del marketing digital.

08 - Riesgos técnicos en marketing digital

Proponer estrategias y acciones concretas que se deben llevar a cabo para contrarrestar los problemas que puedan ser generados a partir de vulnerabilidades en el internet partiendo de la identificación de prácticas adecuadas e inadecuadas en cuanto a seguridad digital.