



SEO / SEM

Plan de Estudio



Descripción

El programa de SEO / SEM permite al estudiante implementar estrategias de posicionamiento en Internet para las marcas, usando una combinación de estrategias orgánicas en el caso de SEO y pauta paga en las diferentes plataformas disponibles en el caso de SEM.

El curso está construido con los más recientes desarrollos en esta área, así que resulta de utilidad para profesionales del marketing que quieran especializarse en esta área de alta demanda en el mercado.

Objetivos de Aprendizaje

Los estudiantes que cursan y aprueban los módulos que componen el certificado están en capacidad de:

1. Desarrollar acciones y estrategias para el posicionamiento orgánico de un sitio web.
2. Utilizar diferentes plataformas de Google y sitios asociados para diseñar estrategias de pauta digital.

Estructura y Contenidos

En SEO /SEM ofrecemos dos módulos que abordan estas estrategias. Tú puedes decir enfocarte únicamente en las estrategias orgánicas o pagas, te recomendamos tomar los dos certificados para tener una formación integral en posicionamiento utilizando las diferentes estrategias de posicionamiento.

01 - SEO

Descripción:

En este módulo conocerás las prácticas SEO 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 orgánico 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 - SEM

Descripción:

Este módulo te ofrece las herramientas para diseñar campañas pagas utilizando las diferentes opciones que ofrece Google Ads.

Objetivos:

1. Diseñar el reporte (atributos y características) SEM del negocio para implementar en el sitio web.
2. Administrar el perfil en Google Ads, cuentas, campañas y anuncios.
3. Optimizar Google Ads e implementar prácticas recomendadas.
4. Mejorar la administración y creación de anuncios en Google Ads.



Es hora de comenzar este camino de aprendizaje. **¡Adelante!**
