

ADGD212PO

Posicionamiento web en buscadores en el sector de publicidad

Categoría

Administración y gestión



www.clictic.es

Objetivos

Adquirir los conocimientos en relación al posicionamiento web en buscadores, entendiendo sus beneficios, factores claves y las técnicas que ha de aplicar para mejorar el posicionamiento de un sitio web en el sector de la publicidad.

Características



Modalidad
E-learning



Duración
105 H

Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN.

- 1.1. Buscadores y directorios.
- 1.2. Relevancia de los resultados.
- 1.3. Tráfico cualificado.
- 1.4. Técnicas penalizables de posicionamiento.
- 1.5. Tipos de búsquedas.

2. PRIMEROS PASOS.

- 2.1. La importancia de las palabras clave.
- 2.2. La teoría The Long Tail.
- 2.3. Crear una cuenta Google.
- 2.4. Registrarse en Google Analytics.
- 2.5. Herramientas de tráfico del servidor web.

3. BÚSQUEDA DE LAS PALABRAS CLAVE (KEYWORD RESEARCH).

- 3.1. Introducción.
- 3.2. Diferencias entre palabras para SEO y palabras para SEM.
- 3.3. Fuentes internas de información.
- 3.4. Fuentes externas.
- 3.5. Herramientas para palabras clave.

4. ELECCIÓN DE PALABRAS CLAVE.

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Agrupar las palabras clave.
- 4.3. Concordancia de palabras clave.
- 4.4. Calcular el volumen de búsquedas.
- 4.5. Filtrar según el número de búsquedas exactas.
- 4.6. Calcular la competencia de las palabras clave.
- 4.7. Calcular el índice KEI.
- 4.8. Valorar los resultados.

5. SEO ON PAGE.

- 5.1. Introducción.
- 5.2. Estructura del sitio web.
- 5.3. Dominio y URL.
- 5.4. El título de la página.
- 5.5. Encabezados y texto de la página.
- 5.6. Las etiquetas meta.

6. SEO OFF PAGE.

- 6.1. Popularidad de un sitio web.
- 6.2. Conseguir enlaces externos.
- 6.3. Alta en directorios.
- 6.4. Intercambio de enlaces.
- 6.5. Enlaces que penalizan.
- 6.6. Social Media.

7. CONTENIDOS DIFÍCILES DE POSICIONAR.

- 7.1. Imágenes.
- 7.2. Flash.