



Guía de Orientación Pedagógica:

Curso

**EXPERTO EN POSICIONAMIENTO
WEB Y PUBLICIDAD EN
BUSCADORES:
SEO & SEM**

2021



Dirección: Laura Polo Carrillo

Programa cofinanciado por el Fondo Social Europeo y el Excmo. Ayuntamiento de Salamanca.

Acción enmarcada dentro del Programa de Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven Garantía Juvenil.

1.- Objetivos generales y específicos del Curso

El curso de Experto en Posicionamiento WEB y publicidad en Buscadores: SEM & SEM, aporta los conocimientos necesarios y demandados en la actualidad para desarrollar acciones dentro de dichas ramas del Marketing Digital, capacitando al alumno para desarrollar proyectos que permitan aumentar la visibilidad online de cualquier negocio, generar oportunidades de venta en el motor de búsqueda más usado a nivel mundial (Google), así como otras habilidades relacionadas con el análisis y desarrollo de planes de marketing, escritura creativa orientada a generar acciones de valor, u otras habilidades relacionadas con la empleabilidad y las softskills, aportando al alumno un perfil completo orientado a la actualidad del mercado laboral.

Concretamente, los objetivos perseguidos son:

- ✓ Desarrollar las habilidades necesarias para conseguir el posicionamiento en buscadores de páginas web corporativas (SEO)
- ✓ Desarrollar las habilidades necesarias para realizar y analizar campañas de marketing digital en buscadores (SEM)
- ✓ Entender la importancia de extraer insights procedentes de herramientas de análisis como Google Analytics a la hora de tomar decisiones relevantes en un negocio.
- ✓ Saber añadir y modificar etiquetas con Google Tag Manager de forma eficiente para obtener más información sobre conversiones, realizar análisis de sitios web y resultados de las acciones SEO y SEM.

2. - Destinatarios

El perfil del alumnado al que va dirigido el curso corresponde a jóvenes entre 16 y 30 años con cualquier nivel y tipo de estudios desde básicos a universitarios, con o sin experiencia, siempre y cuando estén inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil, que quieran adquirir habilidades para trabajar en el ámbito del marketing digital, concretamente en las ramas del posicionamiento SEO y/o SEM.

3. - Competencias a adquirir

Al completar este programa, el alumno habrá desarrollado las siguientes competencias:

- **Auditoría SEO.** Capacidad de auditar un sitio web gracias al uso de diferentes herramientas cuantitativas y cualitativas. Tras dicho análisis, sabrá identificar los puntos de mejora, tanto a nivel de SEO Onpage como SEO Offpage, pudiendo aplicar acciones concretas que permitan a cualquier web ganar posiciones en el motor de búsqueda de Google.
- **Campañas SEM.** Capacidad para orquestar una campaña publicitaria a través de Google Ads, orientada a objetivos de valor como el reconocimiento de marca, el tráfico a la web o la conversión directa mediante llamadas telefónicas o contacto. Además, el alumno aprenderá a identificar las diferentes ubicaciones y formatos publicitarios en Google.
- **Capacidad analítica.** Para que las acciones SEO y SEM anteriormente comentadas tengan valor, hay que dotarlas de un contexto. A través de herramientas como Google Analytics y Google Tag Manager, el alumno conseguirá crear mediante la gestión de etiquetas web, la trazabilidad necesaria para medir el éxito de las acciones.
- **Otras competencias.** El curso se reforzará con la ayuda de profesionales que guiarán a los alumnos tanto en aspectos de empleabilidad, softskills y aquellos relacionados con la presentación de proyectos y exposición ante público.

4.- Estructura del Programa

El curso incluye las materias que figuran en el siguiente cuadro:

CURSO EXPERTO EN POSICIONAMIENTO WEB Y PUBLICIDAD EN BUSCADORES: SEO & SEM			
MÓDULO	MATERIAS	SESIONES	HORAS
PRESENTACIÓN	Presentación curso	1	2,5
1. MARKETING	Introducción al Marketing Digital	5	12,5
2. SEO	SEO ON PAGE & SEO OFF PAGE Introducción a Wordpress	8	20
	Experiencia de usuario UX y Usabilidad	4	10
3. DATA	Google Analytics	3	7,5
	Google Tag Manager	3	7,5
4. SEM	Creación de campañas publicitarias: Google Ads	5	12,5
	Social ads: FB/IN ads y TIKTOK	3	7,5
5. COPYWRITING	COPYWRITING	5	12,5
6. TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN EN PÚBLICO	Presentación de proyectos, ¿Cómo hablar en público?	2	5
7. SOFT SKILLS	Soft skills	3	7,5
8. EMPLEABILIDAD	Sesiones grupales de empleabilidad	8	20
	Tutorías individuales empleabilidad (2h por alumno)		30
	Tutorías de proyecto en grupo	8	20
	Dirección		20
	TOTAL HORAS		200

Este contenido lectivo y de carácter grupal, se complementa con apoyo individual por parte de especialistas en dos líneas de trabajo bien diferenciadas:

- ✓ Tutorías para el diseño, elaboración y presentación de un Plan SEO & SEM de empresa. Las empresas serán seleccionadas por el equipo de docentes y

servirán como vehículo formativo a los alumnos, los cuales trabajarán en grupos de 3-4 personas aproximadamente.

- ✓ Tutorías para reforzar y potenciar la empleabilidad de los participantes de cara a su acceso al mercado laboral.

En resumen, el curso se estructura del modo siguiente:

ESTRUCTURA HORARIA DEL PROGRAMA	
Horas formativas grupales	130
Horas Tutorías grupo Plan SEO & SEM	20
Horas tutorías individuales Empleabilidad	30
Dirección Técnica del Programa	20
TOTAL HORAS CURSO	200

Las tutorías de empleabilidad se calculan contemplando un número estimado de 15 participantes, dedicando 2 horas de tutorías individuales a cada uno de ellos.

Las tutorías de grupo Plan SEO & SEM consistirán en 8 sesiones, con las que se ayudarán a los grupos a avanzar en su proyecto final. El horario será el habitual de mañana. Suponiendo un grupo de 15 alumnos, se crearán 4 grupos de trabajo (de 3-4 personas cada uno). A cada grupo de trabajo le corresponde dos tutorías de proyecto de 2 horas cada una.

5.- Módulos formativos desarrollados

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Objetivos del módulo

- Entender el nuevo entorno y canales en el que deben comunicar las empresas.
- Obtener una visión general del marketing digital.
- Comprender el análisis previo al desarrollo de cualquier acción específica.

Contenidos

1. Importancia del marketing digital y su aplicación
2. Marketing digital vs marketing tradicional
3. Inbound Marketing
4. Estrategias de Marketing digital: SEO, SEM, RRSS, Email MK

5. Análisis estratégico:
 - a. La empresa (modelo de negocio)
 - b. Público objetivo
 - c. Competencia
 - d. Mercado y sector

MÓDULO 2: POSICIONAMIENTO ORGÁNICO EN MOTORES DE BÚSQUEDA: SEO

Objetivos del módulo

- Obtener una visión general sobre el SEO, porqué es importante y para qué es útil.
- Desarrollar las habilidades necesarias para diseñar una estrategia SEO
- Definir acciones de cara a la optimización que nos ayude a posicionar una web en las primeras posiciones orgánicas de Google.

Contenidos

- 1 Qué es SEO y por qué es importante
- 2 Cómo funciona el buscador de Google
 - e. Definición
 - f. Motores de búsqueda web
 - g. Comandos de búsqueda
 - h. Indexabilidad
 - i. Algoritmos de búsqueda web
 - j. Core web Vitals y últimas tendencias
 - k. Black Hat SEO
- 3 Partes auditoría SEO: principales KPIS
- 4 Mi primer estudio de palabras clave
- 5 SEO ON PAGE
 - a. Experiencia de usuario: UX
 - b. Arquitectura web
 - c. Enlazado interno
 - d. Velocidad y tiempos de carga
 - e. Contenido y etiquetado web
 - f. Robots.txt y sitemap
 - g. SEO On-Page Tools: Semrush, Dinorank, ScreamingFrog, Page Speed Insight, SEOquake, Google Trends, Lighthouse, Ubersuggest
- 6 SEO OFF PAGE

- a. Importancia enlaces externos
 - b. Tipos de enlaces
 - c. Estrategia de generación de enlaces: linkbuilding & linkbating
 - d. SEO Off-page Tools: MOZ, Google My Business, Google Alerts. Majestic, Publisuites, Coobis, Unanchor
- 7 Wordpress orientado a SEO
 - 8 Experiencia de usuario UX y Usabilidad

MÓDULO 3: DATA

Objetivos del módulo

Obtener los conocimientos y saber utilizar las herramientas necesarias para implementar y gestionar etiquetas de seguimiento en un sitio web con Google Tag Manager y entender la trazabilidad de las acciones de SEO, SEM (entre otras) gracias a la interpretación de los datos ofrecidos por Google Analytics

Contenidos

1. Importancia de la analítica en el marketing digital
2. Qué acciones realiza un profesional “Trafficker Digital”
3. Google Tag Manager
 - a. Qué es Google Tag Manager y cómo funciona.
 - b. Estructura de Google Tag Manager.
 - c. Crear cuenta y primer contenedor Google Tag Manager.
 - d. Configuración de Google Tag Manager.
4. Google Analytics
 - a. Qué es Google Analytics y cómo funciona.
 - b. Crear cuenta Google Analytics.
 - c. Estructura de Google Analytics.
 - d. Configuración Google Analytics.
 - e. Informes e Insights

MÓDULO 4: MARKETING DIGITAL EN BUSCADORES: SEM

Objetivos del módulo

Obtener los conocimientos y saber utilizar las herramientas necesarias para atraer tráfico Web de calidad hacia una web mediante campañas de publicidad de pago en Google a través de la herramienta Google Ads.

Contenidos

1. Importancia de las estrategias SEM y aplicación
2. Introducción al SEM: conceptos principales
3. Revisión de nuestro target y su comportamiento.
4. Introducción a GOOGLE ADS
 - a. Qué es y cómo funciona: sistema de pujas
 - b. Redes publicitarias y ubicaciones: red de búsqueda, red Display
 - c. Organización: cuenta, campañas y grupos de
 - d. Métodos de contratación: CPM, CPC, CPA y tarifa plana. El CTR.
5. Creación de cuenta publicitaria
6. Configuración de campaña
 - a. Selección de red / ubicación y objetivo
 - b. Segmentación audiencia
 - c. Segmentación por palabras clave: tipos de concordancias
 - d. Presupuesto
 - e. Copy y/o Creatividad
7. Remarketing.
8. Conversiones
9. Importancia de la landing page en las campañas SEM
10. Otras formas de hacer publicidad online: Social Ads
 - a. Facebook/IG ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, Tiktok Ads, Twitch
11. Google AdSense: cómo monetizar tu sitio web

MÓDULO 5: TÉCNICAS DE COPYWRITING

Objetivos del módulo

Conocer las estrategias necesarias para la correcta elaboración de textos persuasivos que atraigan a clientes potenciales a través de las técnicas aprendidas en este curso: por un lado, textos web y, por otro, textos en publicidad online.

Contenidos

1. Introducción al copywriting.
2. Cómo aplicar el copywriting en una WEB para vender más
3. Cómo escribir anuncios que funcionen y aumentar los CTR

MÓDULO 6: TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN EN PÚBLICO

Objetivos del módulo

Proporcionar al alumno una serie de pautas y consejos que le ayuden por un lado a ser eficaz en que su mensaje llegue a los oyentes y por otro a vencer el miedo a hablar en público.

Contenidos

1. Técnicas para comunicar con mayor claridad y eficacia
2. Cómo preparar una intervención en público
3. Cómo superar el miedo escénico
4. Recursos y herramientas para presentaciones

MÓDULO 7. SOFT SKILLS

Objetivos del módulo

- Proporcionar al alumno formación en soft skills que mejorará su rendimiento en el programa y su inmersión en el mercado laboral.

Contenidos

1. Qué son las soft skills y cómo pueden ayudarte profesionalmente
2. Las 10 soft skills más demandadas
3. Poniendo en práctica las soft skills

MÓDULO 8. EMPLEABILIDAD

Objetivos del módulo

Asesoramiento grupal sobre las técnicas y consejos necesarios que los alumnos podrán poner en práctica para mejorar sus perfiles profesionales y destacarlos en el mercado laboral.

Contenidos

1. Autoanálisis para conocer fortalezas y debilidades ante la búsqueda de empleo
2. Herramientas para la localización de ofertas laborales y empresas de nuestro interés
3. Fases de un proceso de selección
4. Nuevas tendencias del mercado laboral en España
5. Demandas en perfiles, actitudes y competencias digitales
6. Habilidades de entrevista: influenciar y convencer, tipos de personalidad, lenguaje corporal, habilidades interpersonales, etc.

*Este módulo se acompaña de 2 horas de tutorías individuales de emprendimiento por alumno, con la finalidad de ofrecer un asesoramiento personalizado en función del perfil del alumno.

6.- Modelo de evaluación

El curso sigue una dinámica teórico-práctica. Se formarán grupos de 3-4 alumnos a los que se les asignará una empresa a cada uno, que tenga presencia en Internet y que sirva como vehículo formativo para aplicar una auditoría SEO y SEM, así como propuestas de mejora. Al final de dicho curso, cada grupo dispondrá de 20 minutos para presentar sus proyectos SEO & SEM ante el resto de la clase. En dicha presentación, se evaluará la aplicación de todos los conocimientos adquiridos a través de los diferentes módulos. Después de cada presentación, recibirán feedback por parte de un jurado de expertos.

El seguimiento de la asistencia (sesiones lectivas, tutorías, visitas y demás actividades) se realizará diariamente mediante el registro de la plataforma utilizada (informe de conectividad).

En el caso de ausencia por enfermedad, accidente o cualquier otra causa justificada, el/la participante lo notificará a la Dirección del curso lo antes posible, aportando justificación documental de tal contingencia. Para superar la condición de Asistencia,

el participante deberá asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas y al 80% de las horas de tutorías asignadas.

Acreditada la condición de Asistencia, se evaluará también la aptitud y actitud del asistente, tomando como referencia, por un lado, el proyecto que desarrollará el alumno/a durante el curso y en grupo y, por otro, el grado de participación, interés e implicación mostrado a lo largo del curso.

La superación del programa y, en consecuencia, la obtención del certificado acreditativo del mismo requiere que el/la participante haya superado la condición de asistencia y una valoración tanto de la actitud como de la aptitud con nota superior a 5 en una escala de 10.

Es condición imprescindible para la superación del programa, la entrega del CV, tras las recomendaciones de las sesiones de empleabilidad.

La superación del curso y, en consecuencia, la obtención del Diploma acreditativo del mismo requiere que el/la participante haya superado todas y cada una de las condiciones anteriormente enunciadas. El Diploma reflejará la duración en horas totales del programa (horas lectivas, horas de tutorías y las horas estimadas para el trabajo individual para el desarrollo del proyecto).

7.- Metodología Docente

El curso será online con “presencia virtual”, con aprendizajes prácticos y aplicabilidad real. Es decir, los alumnos y los docentes se conectan de forma síncrona para el desarrollo del curso, por medio de la plataforma formativa de EOI.

Las clases tienen un enfoque práctico y dinámico, veremos ejemplos reales y realizaremos ejercicios prácticos para que los alumnos puedan poner en práctica los diferentes aspectos tratados durante el curso.

Cada uno de los módulos está constituido por unidades didácticas que facilitan el aprendizaje de los contenidos.

Las sesiones se desarrollarán de lunes a viernes, en horario de mañana, realizando 2 sesiones de 2,5 horas con un descanso entre ambas de 30 minutos. A excepción de las 2 horas de tutorías individuales por alumno, que se desarrollarán en horario de tarde (a convenir entre alumno y profesor).

Además de las propias sesiones de contenido, el curso se acompaña de abundante material complementario, como documentación, imágenes, videos, tareas, evaluaciones, etc.

El curso se distribuye en seis bloques de contenido, cada uno de ellos con sus módulos y materias correspondientes. El contenido de los módulos se irá desarrollando de manera simultánea, dando una idea de conjunto e integración entre todas las partes, durante una duración aproximada **de 7 semanas** y de manera online.

8.- Material y recursos necesarios

Para el buen seguimiento del programa, cada participante debe contar:

- ✓ 1 ordenador con micrófono y cámara.
- ✓ Conexión a Internet de calidad (ADSL, Fibra o equivalente) para participar en el aula virtual.
- ✓ Acceso a la plataforma para seguir las clases online en directo: Blackboard Collaborate.