

MASTERCOURSE EN

# Estrategias de Mercadotecnia en Buscadores

100 HORAS

## COMPETENCIA PARA DESARROLLAR

Aplica estrategias de posicionamiento en buscadores tanto para búsquedas orgánicas como pagadas, así como anuncios en la red de Google, YouTube y Shopping. Asimismo, analiza e interpreta el comportamiento del consumidor, a través de la recopilación, medición y análisis del tráfico web y de los diferentes canales que usan los clientes para llegar a un sitio web.

## OBJETIVOS

- Desarrollar planes estratégicos eficaces y eficientes en marketing de buscadores.
- Gestionar campañas de captación orgánica en buscadores.
- Comprender el análisis de mercado y visión estratégica.

## BENEFICIOS

- En esta mastercourse el participante aplicará una metodología de trabajo que le ayudará a mejorar el trabajo en equipo, a comunicar mejor sus propuestas, a un aprendizaje continuo, dado lo cambiante de la temática relacionada con posicionamiento en buscadores.

## DIRIGIDO A

- Profesionistas que se encuentren laborando en el área de mercadotecnia, comunicación, información, publicidad y relaciones públicas, así como carreras en ciencias sociales y administrativas que deseen especializarse en el mundo del SEO y del marketing online.

## DURACIÓN Y MODALIDAD

100 horas | @ Virtual

 Autodirigido

# TEMARIO

## Módulo

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

## Tema

Introducción al SEO como estrategia de marketing.

Keyword Research (Investigación de palabras claves).

Fundamentos del SEO on Page.

Arquitectura técnica, información para usuarios y estructura web.

SEO Técnico.

WPO: Velocidad de Carga.

SEO off Page Linkbuilding.

Nichos SEO.

Introducción al SEM.

Campañas en Google Ads.

Campañas de Red Búsqueda I.

Campañas de Red Búsqueda II.

# TEMARIO

## Módulo

13

Campañas de Google Display I.

14

Campañas de Google Display II.

15

Campañas de publicidad en Youtube.

16

Campañas de Shopping, Apps, Hotels y Locales.

17

Introducción a la analítica digital.

18

Google Analytics.

19

Google Analytics II.

20

Google Analytics III.

21

Google Tag Manager, Data Studio y Google Spreadsheets.

22

CRO (Conversion Rate Optimization) y experiencia de usuario (UX).

23

Analítica digital de redes sociales y paid media.

24

Análisis SEO y campañas de tráfico pagadas.