

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: SEO. Posicionamiento Web Orgánico

Duración: 90h

Modalidad: Online

Objetivo

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá las claves para la optimización del posicionamiento orgánico de una página web, abarcando el análisis de la intención de búsqueda de los usuarios, identificando su competencia directa y sus estrategias de palabras clave, así como detectando los factores de navegabilidad de un sitio web, para mejorar la experiencia de usuario y su nivel de satisfacción.

Contenido

Unidad 1 - Aspectos técnicos de un sitio web.

1. Herramientas de análisis de rendimiento.
2. Evaluación de los informes de rendimiento.
3. Ficheros de Configuración del Servidor Web.

Unidad 2 - Análisis de problemas técnicos de un sitio web.

1. Tipos de incidencias técnicas.
2. Resolución de incidencias técnicas.

Unidad 3 - Intención de búsqueda de los usuarios.

1. Perfil de "buyer persona" (cliente potencial).
2. Search Console y Google Analytics.

Unidad 4 - Análisis de palabras clave.

1. Herramientas de análisis de palabras clave.
2. Análisis del tráfico potencial de una palabra clave (tópico).
3. Tipología de palabras clave.

Unidad 5 - Análisis de búsqueda de la competencia.

1. Herramientas de análisis de palabras clave de la competencia.
2. Análisis de las palabras clave de la competencia.

Unidad 6 - Arquitectura Web.

1. Arquitectura web y enlazado interno.

Unidad 7 - Maquetación del contenido web.

1. Meta etiquetas HTML.
 - 1.1. Etiqueta "title".
 - 1.2. Etiqueta "description".
 - 1.3. Etiqueta "robots".

- 1.4. Etiqueta “canonical”.
2. Etiquetas HTML y palabras clave semánticas.
 - 2.1. Etiqueta de encabezado.
 - 2.2. Atributos Alt (imágenes).
 - 2.3. Etiquetas de formato de texto.
3. Auditoría SEO de un sitio web.

Unidad 8 - Etiquetado del contenido web.

1. Fragmentos enriquecidos en los SERP's.
2. Marcado Estructurado de Datos con Schema.

Unidad 9 - Autoridad de dominio y enlaces.

1. Autoridad de dominio y enlaces.

Unidad 10 - Estrategia de Link Building.

1. Tipos de enlaces externos.
 - 1.1. ¿Qué es el Link Juice de un enlace?
 - 1.2. ¿En qué consiste el Link Juice SEO?
 - 1.3. Errores comunes al analizar el Link Juice SEO de una página web.
 - 1.4. ¿Cómo distinguir un enlace entrante bueno de uno malo?
 - 1.5. Calidad de los enlaces entrantes.
2. Tipología de textos ancla y transmisión de Link Juice.
 - 2.1. Evaluación y penalización de los enlaces entrantes.
 - 2.2. ¿Por qué nos interesan los enlaces entrantes que ha rastreado Google?
3. Difusión y promoción de contenidos.
 - 3.1. Crear perfiles en las RRSS apropiadas y mantenerlas activas.
 - 3.2. Difundir nuestros contenidos por las RRSS

Unidad 11 - Análisis de sitios web de la competencia.

1. Análisis de enlaces entrantes de la competencia.
2. Estrategias de Link Building

Unidad 12 - Navegabilidad de un sitio web.

1. Navegabilidad de un sitio web.

Unidad 13 - Valoración de la aceptación de los usuarios.

1. Mapas de Calor.
 - 1.1. ¿Cómo generar un mapa de calor?
 - 1.2. Tipos de mapas de calor.
 - 1.3. Cómo interpretar un mapa de calor.
 - 1.4. Optimización de la portada y Landing Pages.
2. Tests A/B.
 - 2.1. Cómo ejecutar un test A/B.