



MASTER EN  
**SEO**

## EN CUALQUIER ENTORNO LABORAL **LA FORMACIÓN EN SEO QUE TODO PROFESIONAL NECESITA**

**La transformación digital obliga al profesional de hoy a adaptar sus conocimientos y habilidades al mundo de Internet que pasa a convertirse en una ventana abierta a la mejora profesional , creando especialistas que dominan el entorno online y saben cómo aprovechar todas sus oportunidades.**

El SEO es uno de los canales más importantes en un proyecto online por su carácter masivo (mayor volumen de visitas), su reducido coste (comparado con otros canales) y su alta rentabilidad (mayores ratios de conversión), además de ser una de las áreas más demandadas por las empresas y con una oferta profesional muy limitada.

Estas nuevas profesiones vinculadas al mundo digital y las nuevas tecnologías nacidas con la consolidación de Internet en el mundo empresarial requieren de

especialistas dotados de conocimientos actualizados y habilidades analíticas y estratégicas capaces de transformar las oportunidades digitales en negocios de éxito.

Está compuesto de un plan formativo completo, actualizado y práctico. Responde a la necesidad estratégica y táctica de las empresas de introducir el SEO en su plan de marketing digital con el objetivo de aumentar su visibilidad y controlar su posicionamiento orgánico en los buscadores.



## CAPTAR NUEVO TALENTO PARA MEJORAR LA EMPRESA

Es preciso conocer que valores y competencias deben poseer las personas a las que se ha encomendado la consecución de resultados en cada empresa.



### Cuales son los **BENEFICIOS**

El objetivo principal de este Master es formarte como profesional SEO.

Realizar auditorías SEO y definir e implementar una estrategia SEO integral.

Conocer los factores SEO internos y externos y aprender a aplicar acciones SEO para la optimización, así como descubrir las mejores oportunidades y tendencias.

Utilizar herramientas profesionales.

Conocer las estrategias y técnicas que aplican los distintos sitios web para mejorar su ranking en Google y rentabilizar mejor sus campañas.

Aplicar el SEO en una campaña de marketing digital complementando al resto de las acciones existentes.

Entender la Analítica Web para SEO.

Conocer el ecosistema SEO y a sus profesionales.

### ...Y UN LARGO ETCETERA



### Quienes son los **DESTINATARIOS**

Dirigido a profesionales del marketing online que quieren subir un escalón en su carrera y especializarse en el área SEO.

Diseñadores y programadores web

Periodistas y profesionales de la comunicación y las RRPP

Emprendedores digitales y STARTUP

Directivos de Marketing y publicidad

Social Media y COMMUNITY MANAGERS que quieran ampliar sus conocimientos en posicionamiento web.



### Salidas **PROFESIONALES**

Consultor SEO listo para trabajar en una agencia de Marketing o dirigir la tuya propia.

Manager especialista experto en Adquisición de Tráfico

Director de Marketing especializado en SEO.

Área  
**1**

**POSICIONAMIENTO WEB**

**1. TEMAS MULTIMEDIA (TM)**

- 1.1 Posicionar la web de forma gratuita o pagando
- 1.2 ¿Por qué algunas webs salen siempre las primeras?
- 1.3 Dominios
- 1.4 Servidores
- 1.5 Dominio / Hosting
- 1.6 Plantear la web I
- 1.7 Plantear la web II
- 1.8 Plantear la web III
- 1.9 Estadísticas I
- 1.10 Estadísticas II
- 1.11 Enlaces externos I
- 1.12 Enlaces externos II
- 1.13 Enlaces externos III
- 1.14 Resumen
- 1.15 Enlaces YouTube (YT)
- 1.16 Página Facebook (FB) I
- 1.17 Página Facebook (FB) II
- 1.18 Posicionamiento desde BLOG
- 1.19 WORDPRESS I
- 1.20 WORDPRESS II
- 1.21 WORDPRESS III
- 1.22 WORDPRESS IV



- 1.23 Herramienta para WEBMASTERS I
- 1.24 STEMAP
- 1.25 Herramienta para WEBMASTERS II
- 1.26 Promoción de pago

**RESUMEN FINAL (RF)**

**PRÁCTICA (P)**

**EXAMEN FINAL (EF)**

Área  
**2**

**WORDPRESS**

**1. TEMAS MULTIMEDIA (TM)**

- 1.1 Inicio WORDPRESS I
- 1.2 Comenzar en WORDPRESS
- 1.3 Personalización I
- 1.4 Personalización II
- 1.5 Personalización III
- 1.6 Otras formas
- 1.7 Administrar
- 1.8 Administrar inicio
- 1.9 Administrar configuración
- 1.10 Administración. Configuración lectura
- 1.11 Configuración comentarios
- 1.12 Configuración otros
- 1.13 Entradas
- 1.14 Realizar encuestas

**PRÁCTICA (P)**

- 1.15 Página de inicio
- 1.16 Enlaces
- 1.17 Apariencia. Temas
- 1.18 Apariencia. Otros
- 1.19 Otras opciones

**EXAMEN FINAL (EF)**

**DESCARGA WORDPRESS (D)**

**MANUAL WORDPRESS (M)**



**2. CURSO TIENDA EN WORDPRESS  
CON WOOCOMMERCE (TUTORIA-  
LES VIDEO)**

- 2.1 Introducción
- 2.2 Vista general
- 2.3 Configuración general
- 2.4 Configuración productos
- 2.5 Gestión de almacén
- 2.6 Gestión de impuestos en los envíos
- 2.7 Gestión de impuestos para el comprador
- 2.8 Configuración de cuentas en WOOCOMMERCE
- 2.9 Opciones sobre modos de pago
- 2.10 Crear producto
- 2.11 Cupón descuento

**DESCARGA PLUGIN DE  
WOOCOMMERCE (D)**

Área  
**3**

**GOOGLE ANALYTICS (GA)**

**1. TEMAS MULTIMEDIA (TM)**

**1.1 INTRODUCCIÓN**

- 1.1.1 Introducción
- 1.1.2 Cuenta de GOOGLE
- 1.1.3 GOOGLE ADS
- 1.1.4 COOKIES
- 1.1.5 Código de seguimiento

**1.2 USUARIOS-PROPIEDADES-  
CUENTAS- VISTAS**

- 1.2.1 Entorno I
- 1.2.2 Entorno II
- 1.2.3 Cuentas
- 1.2.4 Propiedades
- 1.2.5 Vistas
- 1.2.6 Filtros I
- 1.2.7 Filtros II
- 1.2.8 Filtros III
- 1.2.9 Expresiones regulares

**1.3 ANÁLISIS DE DATOS**

- 1.3.1 Análisis de Datos

**1.4 PANELES**

- 1.4.1 Paneles



**1.5 INTELLIGENCE**

- 1.5.1 Intelligence

**1.6 INFORMES**

- 1.6.1 Informe en tiempo real
- 1.6.2 Informe de AUDIENCIA I
- 1.6.3 Informe de intereses
- 1.6.4 Informe de información geográfica
- 1.6.5 Informe de AUDIENCIA II
- 1.6.6 GOOGLE ADS
- 1.6.7 Informes personalizados
- 1.6.8 Flujos
- 1.6.9 Comportamiento
- 1.6.10 Analítica de página

**EXAMEN FINAL (EF)**

**MANUAL DE GOOGLE  
ANALYTICS (M)**

Área  
**4**

**SEO AVANZADO**

- 1. TEMAS MULTIMEDIA (TM)**
  - 1.1 Certificado SLL
  - 1.2 Primeros pasos con SEO
  - 1.3 SEO: Operaciones iniciales
  - 1.4 SEO: JECKPACK
  - 1.5 YOAST SEO
  - 1.6 PAGERANK y contenidos
  - 1.7 Contenidos I
  - 1.8 Contenidos II
  - 1.9 Legibilidad y SEO
  - 1.10 Estrategia SEO: BRAND BUILDING
    - 1.11 Estrategia SEO: AUDITORIA
    - 1.12 Estrategia SEO: ONPAGE I
    - 1.13 Estrategia SEO: ONPAGE II
    - 1.14 Estrategia: LONG TAIL
    - 1.15 Estrategia SEO: ENLACES
    - 1.16 Estrategia SEO: COMPETENCIA
    - 1.17 GOOGLE ANALYTICS
    - 1.18 SEO: PÁGINA PRINCIPAL I
    - 1.19 SEO: PÁGINA PRINCIPAL II
    - 1.20 SEO: PÁGINA CONTENIDO I
    - 1.21 SEO: PÁGINA CONTENIDO II



- 1.- MANUAL DE SEO AVANZADO (M)**
- 2.- MANUAL DE TENDENCIAS SEO 2021 (M)**
- 3.- MANUAL SEO PARA TIENDAS ONLINE (M)**
- 4.- EXAMEN FINAL (EF)**

Área  
**5**

**CONTENIDO-REPUTACIÓN  
ONLINE**

**1. CREACIÓN DE CONTENIDO ONLINE**

CASO PRÁCTICO (CP): Asesoría  
Fiscal I

CASO PRÁCTICO (CP): Asesoría  
Fiscal II

CASO PRÁCTICO (CP): Asesoría  
Fiscal III

CASO PRÁCTICO (CP): Asesoría  
Fiscal IV

CASO PRÁCTICO (CP): Asesoría  
Fiscal V

CASO PRÁCTICO (CP): Hotel I

CASO PRÁCTICO (CP): Hotel II

CASO PRÁCTICO (CP): Hotel III

CASO PRÁCTICO (CP): Hotel IV

CASO PRÁCTICO (CP): Hotel V

CASO PRÁCTICO (CP): Hotel VI

CASO PRÁCTICO (CP): Acciones  
comerciales I

CASO PRÁCTICO (CP): Acciones  
comerciales II

CASO PRÁCTICO (CP): Acciones  
comerciales III

CASO PRÁCTICO (CP): Acciones  
comerciales IV



CASO PRÁCTICO (CP): Bere Casillas

CASO PRÁCTICO (CP): Oreó

CASO PRÁCTICO (CP): Old Spice

CASO PRÁCTICO (CP): Autobuses

Alsa

CASO PRÁCTICO (CP): Gallina blanca

CASO PRÁCTICO (CP): Southwest I

CASO PRÁCTICO (CP): Southwest II

CASO PRÁCTICO (CP): Blendtec

CASO PRÁCTICO (CP): Dell

CASO PRÁCTICO (CP): Dominos

Pizza

**2. ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDO  
ONLINE**

**2.1** HOOTSUITE I

**2.2** HOOTSUITE II

**2.3** YOONO I

**2.4** YOONO II

**3. CONTROL DE CONTENIDO ONLINE**

- 3.1 ALEXA.COM I
- 3.2 ALEXA.COM II
- 3.3 Medición de la REPUTACIÓN ONLINE
- 3.4 GOOGLE TRENDS
- 3.5 SOCIAL MENTION
- 3.6 GOOGLE

**4. REPUTACIÓN ONLINE**

- 4.1 El derecho al olvido
- 4.2 FOROS
- 4.3 Páginas de comentarios
- 4.4 Los profesionales de la opinión
- 4.5 Como responder a los comentarios
- 4.6 Acciones sobre los comentarios
- 4.7 El mejor COMMUNITY MANAGER

**EXAMEN FINAL (EF)**

Área  
**6**

**ANÁLISIS DE SOLUCIONES**

**1. TEMAS MULTIMEDIA (TM)**

**LECTURA: VOCABULARIO SEO (L)**

- 1.1 AUDITORIA SEO
- 1.2 Velocidad de la página
- 1.3 URL canónica
- 1.4 ETIQUETE TITLE- DESCRIPTION
- 1.5 ROBOTS- METAROBOTS
- 1.6 Estructura de HEADINGS
- 1.7 SEO OFF PAGE
- 1.8 Ideas para el LINKBUILDING

**LECTURA: ¿Qué es el SEO? (L)**

**TEST: Análisis y soluciones SEO I (T)**



- 1.9 FASES SEO I
- 1.10 FASES SEO II
- 1.11 FASES SEO III
- 1.12 SEO PARA TIENDA ONLINE

**LECTURA: Particularidad del SEO para tienda online (L)**

- 1.13 AHREFS
- 1.14 Redireccionamiento 301
- 1.15 SEO ON PAGE I. Contenidos
- 1.16 SEO ON PAGE II

**LECTURA: SEO ON PAGE (L)**

- 1.17 Herramientas SEO ON PAGE

**LECTURA: AHREFS (L)**

**TEST: Análisis y soluciones SEO II (T)**

**PRÁCTICA: HERRAMIENTA SEO (P)**

- 1.18 KEYWORD RESEARCH
- 1.19 Interenlazado
- 1.20 SEO ON PAGE técnico I
- 1.21 SEO ON PAGE técnico II
- 1.22 MOBILE FRIENDLY

**TEST: Análisis y soluciones**

**SEO III (T)**

- 1.23 SEO OFF PAGE I
- 1.24 SEO OFF PAGE II

**LECTURA: SEO OFF PAGE (L)**

- 1.25 SEO local
- 1.26 Prevenir y curar

**MANUAL DE ANÁLISIS Y SOLUCIONES SEO (M)**  
**EXAMEN FINAL (EF)**



Esta es la parte importante del máster. Tienes que hacer un sitio web y posicionar una o varias keywords en la primera página del SEM de Google, con la ayuda del equipo de tutores.