



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): Oreo

CASO PRÁCTICO (CP): Old Spice

CASO PRÁCTICO (CP): Autobuses

Alsa

CASO PRÁCTICO (CP): Gallina blan-
ca

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.