

ISM
TALENTS

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



CERTIFICA

Que **Ricardo Monares Frias**

ha realizado con aprovechamiento el curso Elearning.

Posicionamiento en Buscadores (SEO)

en la modalidad online de **15** horas de duración, con fecha inicio el **30 de noviembre de 2017** y fecha fin el **31 de diciembre de 2017**
y para que conste a los efectos oportunos, se expide el presente certificado acreditativo.

Madrid, a 14 de diciembre de 2017.

FIRMADO

Ana Palacios
Responsable de Formación

Recibi: _____

Posicionamiento en Buscadores (SEO)

Contenidos

Posicionamiento en Buscadores (SEO)

- Marketing de Buscadores
- Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
- Cómo funciona el marketing de buscadores
- Buscadores vs. directorios
- Marketing de Buscadores
- El funcionamiento de los robots
- Cómo funciona un buscador
- El proceso de indexación
- Cómo funciona un buscador: palabras o expresiones clave
- Cómo funciona un buscador: palabras o expresiones clave
- Búsqueda de vídeo
- Búsqueda locales
- Búsqueda de imágenes
- Búsqueda Orgánica o SEO
- En qué consiste el SEO
- SEO: popularidad de la página
- White hat SEO y Black hat SEO
- SEO: link building
- Long Tail & Stemming
- Autopráctica - SEO
- Cómo funciona el algoritmo de Google
- El concepto de popularidad
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Tráfico y conducta del usuario
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Resultados de búsqueda
- Cómo funciona el algoritmo de Google: La organización interna del sitio y de las páginas
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Tener en cuenta al spider
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Páginas estáticas vs páginas dinámicas
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Creando mapas de sitio
- ank
- ank - II
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Concepto de densidad de sitio e indexación de bases de datos
- Cómo funciona el algoritmo de Google: Concepto de densidad de sitio e indexación de bases de datos
- Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
- Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas
- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- II.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- III.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- IV.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitio web
- V.- Cómo mejorar las búsquedas sobre nuestro sitios web
- Normas de calidad de contenido de Google
- Eligiendo palabras objetivo
- Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
- La importancia de todos los detalles
- Relevancia del contenido
- Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis

- Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)
- Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css
- Uso de Frames
- La importancia de los enlaces entrantes
- Técnica para conseguir ser enlazado
- La importancia de las palabras de enlace
- Enlaces y textos de enlaces II
- Enlaces y textos de enlaces III
- Enlaces internos
- Porqué conviene crear una buena estructura de links
- internos
- Dónde añadir enlaces internos
- Redirects
- Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
- Comandos útiles de Google
- Posicionamiento en Google Maps
- Posicionamiento en Google Maps (II)
- Enlaces Javascript y Flash
- SEM y Google Adwords
- Cómo funciona el SEM
- Google Adwords
- Compra de palabras clave y SEM
- Publicidad basada en resultados
- Posicionamiento publicitario y pago por click
- Selección de palabras clave (I)
- Selección de palabras clave (II)
- Autopráctica - SEM
- Autopráctica Google Adwords
- Herramientas e Informes de Google
- Medir y Analizar Resultados
- Herramientas de Monitorización SERP
- Google Trends
- Autopráctica Google Trends
- Google Analytics
- Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics
- Test Unidad
- Documentación