

4^{ed.} MÁSTER DE SEO-SEM PROFESIONAL



Inicio
10/11/2017



170 h.



Presencial



Barcelona



Bolsa de
empleo



4.995€

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.

Porque **no es lo mismo hacer SEO, que ser SEO y además conocer el SEM**, el objetivo del máster es formarte como profesional SEO y que además tengas los conocimientos de SEM necesarios como para hacer el mejor Marketing en buscadores. Creemos en el modelo "ponte con". Para eso hemos diseñado infinidad de horas de sesiones prácticas.

OBJETIVOS

- 1 Realizar auditorías SEO, uso de herramientas SEO y SEM profesionales
- 2 Te formarás de forma específica en temas como SEO en medios online, SEO internacional, SEO mobile, Content Marketing, SEO y Reputación online, y un seminario de Google Analytics y análisis de campañas SEO
- 3 Obtendrás conocimientos de HTML y diversos CMS (sistemas de gestión de contenidos) para blogs, webs corporativas y ecommerce
- 4 Conocerás los factores SEO internos y externos y aprenderás a aplicar acciones SEO para la optimización
- 5 Pasarás por más de 40 horas de formación en la plataforma de Google, que incluyen Google Search, Display, Shopping y YouTube
- 6 No dejamos fuera las campañas en Facebook, Twitter y LinkedIn, que también son importantes dentro del área de SEM/PPC
- 7 Te examinarás para conseguir la certificación oficial de Google.

NÚMEROS DE KSCHOOL

1620

Alumnos

142

Ediciones

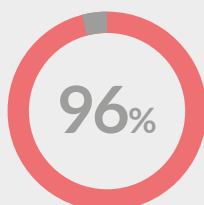
44

Programas

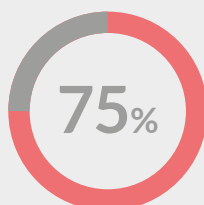
4

Ciudades

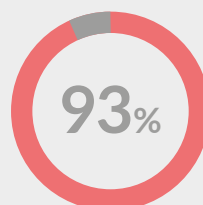
NUESTROS COLABORADORES



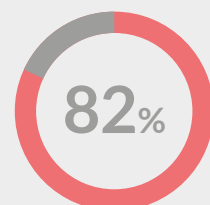
Alumnos están trabajando



Encuentra trabajo en los primeros 12 meses



Alumnos satisfechos



Recomendaría nuestros programas

DICEN DE NOSOTROS



Marta Cámara
Data Science
& Negocio
en EURO 6000
1ª ed. Máster en
Data Science

"El máster me está ayudando mucho en mi carrera profesional porque me está abriendo un amplio campo de posibilidades y conocimientos."



Albert Riera
Owner and
Project Manager
at Reactiva
UX/UI Consultant
1ª ed. Máster en
SEO-SEM
Profesional

"Destacaría la excelente calidad de sus profesores, modelo de estudio y profundidad de temario. KSchool es muy buen sitio donde hacer contactos, encontrar socios, oportunidades de negocio y en definitiva generar networking de calidad."



Juanfra Cózar
Marketing y
Diseño Gráfico
en Zailand
7ª ed. Máster en
Análítica Web

"De KSchool destacaría su método práctico "ponte con". Con el proyecto individual con webs reales aprendes una barbaridad."



Luis Muñoz Vargas
Service Designer
en The Cocktail
5ª ed. Máster en
Usabilidad y
Experiencia
de Usuario

"Cada nuevo profesor exprime sus horas al máximo y lo más importante es que cuando salgo de clase tengo la sensación de haber aprendido."



Álvaro Peñalba
Digital Marketing
en Cross Nutrition
9ª ed. Máster en
Técnicas de
Marketing Online

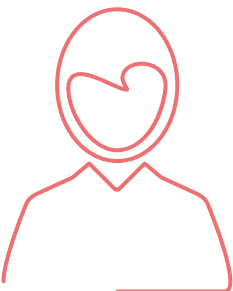
"Para gente como yo que no había tenido gran experiencia en el ámbito del Marketing Online, este Máster es perfecto para introducir la cabeza dentro de este enorme mundo."



Víctor Gutiérrez
Consultor SEO SEM
& Diseño web,
in-house freelance
8ª ed. Máster en
SEO-SEM
Profesional

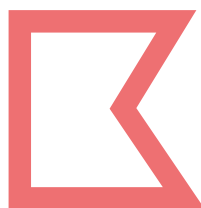
"Elegi Kschool porque me lo recomendó un antiguo alumno de kschool y algunos conocidos profesionales del sector. Si realmente quieres dar un salto de calidad en tus conocimientos o poder aportar valor a las páginas web de tus clientes, es imprescindible una formación optima "

PERFIL DEL ALUMNO



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

Profesionales de cualquier sector que debido a la transformación digital se sientan atraídos por esta profesión tan demandada en la actualidad. Emprendedores que desean formarse para poder controlar una de las principales fuentes de ingresos dentro de la estrategia de su negocio digital.



Saldrás totalmente preparado para poder convertirte en un consultor SEO listo para trabajar en una agencia de marketing o dirigir la tuya propia.

Algunos de los puestos que podrás desempeñar son SEO Manager or Specialist, experto en Adquisición de Tráfico, Ad Manager, Lead Marketing Specialist o Project Manager.

CALENDARIO



Inicio

NOVIEMBRE 2017

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

DICIEMBRE 2017

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ENERO 2018

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

FEBRERO 2018

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

MARZO 2018

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

ABRIL 2018

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						



Fin

TEMARIO

0 MÓDULO 0: INTRODUCCIÓN AL MARKETING ONLINE

- Introducción al Search Marketing
- Modelos de negocio basados en SEO y PPC
- SEO y PPC como parte de un proyecto online
- Objetivos del SEO y el PPC/Display

1 MÓDULO 1: PROYECTO SEO

- Posiciones
- Tráfico
- Conversiones
- Detección de oportunidades
- Fases de un proyecto SEO
- Factores de posicionamiento SEO

2 MÓDULO 2: KEYWORDS HUNTING PARA SEO Y SEM + HERRAMIENTAS

- Keywords Hunting: selección de palabras clave
- Keywords como base del proceso SEO-SEM
- Cómo elijo las palabras clave
- Keywords "fáciles", brand y longtail, vs. "difíciles" genéricas Herramientas de búsqueda de palabras clave
- KW Research Mobile, Vídeo, Imagen y Social
- Keywords Hunting: selección de palabras
- Misspellings
- Tipos de KW en PPC
- Taller práctico

3 MÓDULO 3: CMS, HTML Y SEO

- HTML los ladrillos del SEO
 - Un poco de HTML
 - Headers
 - Footers
 - Creando enlaces: buenos, malos y regulares
 - Validación y accesibilidad del código
 - RichSnippets: RDF y Schema
 - HTML5
- CMS para SEO, SEO para CMS
 - Introducción a los CMS
 - CMS de contenidos
 - Joomla, Drupal, Wordpress
 - SEO para WordPress
 - CMS integrados en sistemas de venta online
 - Magento, Prestashop

4 MÓDULO 4: SEM Y PPC

- Pay Per Clic en Marketing Online
- Google AdWords como plataforma de PPC
- Search y Display
- Pre-Lanzamiento Campañas PPC
- Creación Campañas PPC
- Buenas prácticas en Campañas PPC
- Medición de Resultados
- Tracking de Conversiones
- Nivel de Calidad (Quality Score)
- Optimizaciones y Ejemplos de Campañas PPC

5 MÓDULO 5: ADWORDS MAS ALLA DE LOS ANUNCIOS PATROCINADOS

- Google Shopping
- Google Display Network
- Google Products
 - Google Products integrado en Adwords (Click to Play)
 - Product Extensions vs. Product Ads
 - Google Shopping y Local

- Google Merchant
- Google AdWords Mobile
- Publicidad en YouTube
 - Adwords for Video: True View vs. Promoted Video
 - Optimizaciones en Adwords for Video
- Media Ads
- Alternativas a Google Adwords
- Diseño de Landing Pages

6 MÓDULO 6: OTRAS PLATAFORMAS DE PPC

- Facebooks Ads
 - Anuncios de PPC/PPF (pay per fan) en Facebook
 - Facebook Ads creación
 - Optimización de campañas
 - Engagement Ads
 - Facebook Power Editor y herramientas externas de gestión
 - Novedades Facebook: Graph Search
- Twitter para empresas (Twitter Ads)
- LinkedIn.

7 MÓDULO 7: TALLER PPC Y CERTIFICACIÓN GOOGLE ADWORDS

- Creación de Campañas PPC Search
- Creación de Campañas PPC en Display
- Creación de Campañas PPC en YouTube
- Preparación del examen para certificación en Google Adwords
- Pre-examen de Certificación en Google AdWords

8 MÓDULO 8: OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB WPO PARA PPC Y SEO

- Web Performance Optimization
- Métricas y KPIs del WPO
- Rendimiento On-Site
- Herramientas WPO
- Ejercicio práctico WPO

9 MÓDULO 9: GESTIÓN DE UN PROYECTO SEO

- Fases del trabajo SEO
- Auditoría SEO + Reporting
- Auditoría única
- Documentación previa
- Medidas a tomar
 - Según importancia
 - Según bloque
 - Cronograma de medidas
- Popularidad
- Documentación y reportes

10 MÓDULO 10: ESCRITURA Y ARQUITECTURA WEB

- Definición de objetivos de bajo nivel
- Modelado de personajes y escenarios
- Inventario de información y granularidad de contenidos
- Clasificación heurística
- Clasificación centrada en usuario y co-ocurrencia
- Card sorting test. Findability. Tree Jack test
- Análisis de patrones de búsqueda
- Análisis de matadatos
- Creación de una AI para el site
- Diseño de información e interacción
- Representación de la información
- Taller práctico
- Diseño estructural del contenido del site

11 MÓDULO 11: CONTENT MARKETING

- El contenido es el rey
- Redacción en internet y como orientarla a SEO
- El contenido en Internet
- Google y el QDF, Query Deserves Freshness
- Estructura del contenido
- ¿Cómo redactar el contenido en Internet?
- ¿Qué debemos tener en cuenta?
- Sobreoptimización
- Técnicas para generar contenido
- Contenido original y único

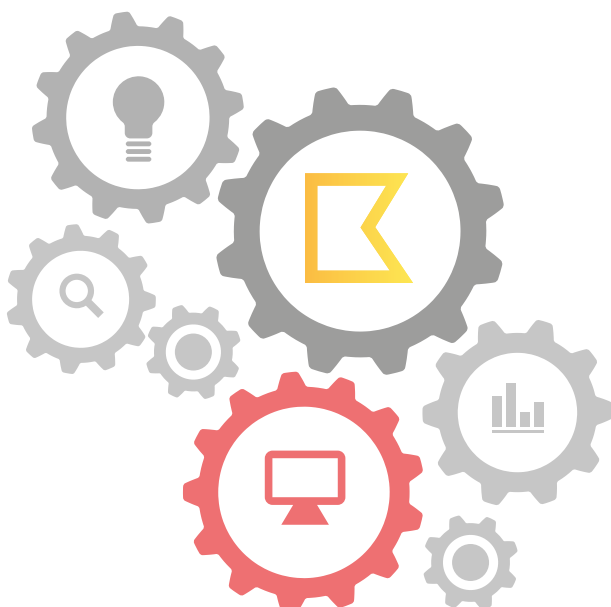
12 MÓDULO 12: ESTRATEGIAS SEO

- Conceptos e importancia de los enlaces en un proceso SEO
- Funcionamiento, criterios
- Factores para la cualificación de un enlace
- Técnicas penalizadas y señales asociadas
- Selección de Tipos de Enlaces
- Estrategias de Link Building
- Herramientas de LinkBuilding
 - Análisis Propio y de la Competencia
 - Tendencia de Crecimiento
 - Tipos de Fuentes a captar
 - Gestión de campañas de enlaces
- Medición y seguimiento de Campañas
- Casos de éxito de Campañas de Enlaces

13 MÓDULO 13: ANALÍTICA WEB PARA SEO Y PPC

- Google Analytics
 - Instalación
 - Personalización
 - Segmentos
 - Perfiles
 - Informes
 - API
- Análisis de campañas SEO y PPC
- Dashboards SEO + PPC

14 MÓDULO 14: PRESENTACION FINAL DE PROYECTOS FIN DE MASTER



MÓDULOS DE ESPECIALIZACIÓN EN SEO

1 MÓDULO 1: USO DE EXCEL A NIVEL PROFESIONAL PARA ANÁLISIS SEO Y SEM/PPC

- Tablas dinámicas en Excel
- Uso de Tablas Dinámicas para Análisis de Adwords
- Ejercicios prácticos

2 MÓDULO 2: SEO EN MEDIOS ONLINE

- Organización
- Convivencia con la redacción
- SEO en Real Time vs. SEO Estratégico
- Periodismo y SEO
- Consejos prácticos sobre
 - Noticias
 - Herramientas
 - Acontecimiento planificado y apuesta editorial
 - Opciones
 - Gestión multimedia

3 MÓDULO 3: GOOGLE UNIVERSAL

- News
- Products
- Images

4 MÓDULO 4: MICROFORMATOS

5 MÓDULO 5: REPUTACIÓN ONLINE Y SEO LOCAL

6 MÓDULO 6: CONTENIDOS SEO, PR Y OUTREACH

7 MÓDULO 7: LINKBUILDING PARA SEO

- Conceptos e importancia de los enlaces en un proceso SEO
- Funcionamiento, criterios
- Factores para la cualificación de un enlace
- Selección de Tipos de Enlaces
- Estrategias de Link Building
- Herramientas de LinkBuilding
- Análisis Propio y de la Competencia
- Tendencia de Crecimiento
- Tipos de Fuentes a captar
- Gestión de campañas de enlaces
- Medición y seguimiento de Campañas

8 MÓDULO 8: SEO INTERNACIONAL

9 MÓDULO 9: AUDITORIAS SEO

PROFESORES



Miguel López
Director de Marketing Online en Valencia

Director de la agencia de marketing digital MOV Marketing, es autor de "Libro SEO: Posicionamiento en buscadores" y Director del Congreso SEO Profesional. Durante su carrera profesional ha trabajado para empresas como Carrefour, Lubasa, LIDL, y agencias como AGR, Engloba, VG Agencia Digital, y para PYMEs del sector farmacéutico, medicina, seguros, moda y docenas de e-commerce. Desde su creación en 2011 es Director del Master SEO+SEM de KSchool.



Aleyda Solís
Internacional SEO Consultant & Founder at Orianti

Aleyda es consultora SEO internacional -servicio que da a través de su empresa Orainti-, co-fundadora de Tribalytics -herramienta de influencers marketing-, y Asociada de Moz. Aleyda también escribe en State of Digital, Moz y ha colaborado en publicaciones como "La guía con mejores prácticas SEO" de Econsultancy, el eBook "SEO Now" de LinkDex y el blog de Marketing Online de La Vanguardia, entre otros.



Víctor Hernández
IT & Search Manager en Casa Batlló

IT & Search Manager en Casa Batlló, edificio modernista de Antoni Gaudí en Barcelona. Compagina el trabajo con la organización de Clinic SEO donde es co-fundador y ponente de este evento en Barcelona además de haber sido ponente en otros eventos y congresos relacionados con el SEO.



Mai Molina
Senior PPC & Retargeting Manage e Mango

Aunque arquitecta por formación me he dedicado al marketing online desde el principio de mi andadura profesional. Soy usuaria destacada de la comunidad oficial de Google Adwords y estoy certificada en Google Adwords, Google Analytics y Marin Software. Mi paso por empresas de ámbito internacional me ha brindado la oportunidad de actuar no sólo en Google sino en distintos buscadores como Yandex, Baidu, Naver, Yahoo, Bing, etc...



Ramón Fabregat
CEO y Consultor WebManagerService

CEO y Consultor de la Agencia de Marketing Online WebManagerService, agencia SEO/SEM desde 2004, ofreciendo servicios de posicionamiento web (SEM y SEO), analítica web y SEO local (Maps/Places). Socio Certificado Google Adwords. Colaborador principal del foro de Google AdWords. Colaborador Principal del foro de Google Maps/Places. Miembro del foro privado de Colaboradores. Principales de Google: International AdWords Forums Network. Agencia Google Engage Premium



Javier Agudo
CTO y SEO Manager en Clubrural

Curse estudios de Ingeniería técnica en Informática de Sistemas en la universidad politécnica de Madrid. Después de pasar un tiempo trabajando en sistemas en el año 2005 di el salto al desarrollo web y fue entonces cuando descubrí el SEO. En 2007 aterrice en Clubrural.com, donde, desde entonces, me encargo del desarrollo web. Actualmente responsable técnico y SEO Manager



Jordi Rosell
CTO & Digital Analytics en The DIAR

CTO & Digital Analytics en The DIAR. Estudió informática en la UPC, y empezó su carrera profesional cómo analista, administrador y arquitecto de sistemas en Everis. Posteriormente ha ido desarrollando su carrera profesional cómo consultor de marketing online para diversas agencias y en los últimos años como consultor independiente. Es profesor y conferenciante en CRO y e-commerce.



Jesús Arias
SEO Manager at PromoFarma

Responsable SEO, CRO y Contenidos en PromoFarma.com desde 2015. De formación Ingeniero Industrial, empezó en el 2006 de forma autodidacta en el mundo del marketing online, principalmente en SEO. Ha trabajado anteriormente como SEO en FloraQueen, Emagister y Mecalux entre otras empresas. Además ha trabajado como freelance para empresas como SoloStocks, Expedia y diversas empresas online.



Carles Ferrer
Google Adwords Partner, Mobile advertising, Google Analytics

Socio Certificado de Google Adwords, desde 2003, experto en gestión de campañas Google Adwords, SEO y Mobile Advertising. Uno de los primeros en España en tener la calificación de Google Adwords Seminar Leader. Especialidades: Gestión de campañas Google Adwords, Mobile Advertising, Formación in company, Campañas posicionamiento SEO, Formación SEO, Formación Adwords. Diseño web orientado a posicionamiento y conversión.



Francisco Morales
Analyst & SEO en El Periódico/Soport

SEO y Analyst Head Manager en Grupo Zeta, principalmente trabajo para las cabeceras de elperiodico.com, elperiodico.cat y sport.es. También asesorero a otras publicaciones como los diarios regionales y las revistas de grupozeta.es en todo lo relacionado con el SEO y la analítica web. Desde el 2009 estoy especializado en SEO onpage offpage y analítica web, por mi pasado ligado al negocio y al BI.



Fernando Muñoz
Cosultor SEO,
Graphic
& Web design
Internet Marketing

Fernando Muñoz es SEO, ingeniero informático por la UAX y Master en Buscadores por la UPF, miembro de la SEMPO, especialista en posicionamiento en buscadores con una gran base de Marketing Online. Participa como ponente y formador en congresos de Marketing Online. Chicleno asentado en la Costa del Sol dirige Señor Muñoz Consultores y se ha especializado en auditorías SEO y arquitectura web para optimización de sitios inmensos.



Arturo Marimón
Consultor SEO
independiente en
ArturoMarimon.com

Actualmente es CEO y consultor SEO en ArturoMarimon.com. Ha dirigido la estrategia SEO en para todos los medios del Grupo RBA como Lecturas, portales de alto tráfico como Malavida.com, bancos como LaCaixa o Banco Mediolanum, y empresas como Pronovias, ISDIN, ByHours, Privalia, Gallina Blanca, Ulabox y emagister entre otros. Co-organiza el evento SEO ClinicSEO.



Jorge Alejandro García
Responsable del
equipo
de campañas
en ADTZ

Mi experiencia laboral está basada en la publicidad online, especialmente en Facebook, Instagram y Twitter. Actualmente trabajo de Product Specialist en ADTZ. Mi trabajo consiste en conocer a la perfección Facebook, Instagram y Twitter y todas las posibilidades publicitarias que ofrecen para diseñar y desarrollar funcionalidades que integrar en nuestro gestor de anuncios.



Fernando Maciá
Socio fundador y
director
en Human Level
Communications

Es el fundador y director de Human Level Communications, una de las consultoras referentes en posicionamiento en buscadores y marketing online a nivel nacional. Anteriormente fundó Magenta Creatividad, agencia de publicidad y durante 8 años simultaneó su actividad con la de director técnico de la revista Empresa Avanzada. Sus inicios profesionales fueron en Cadena SER y Diario La Verdad.



Pablo Galiana
Branding
Activation Lead,
google

10 años de experiencia en Johnson & Johnson donde aprendí todo sobre el mundo del branding; con 4 años en Google, donde tuve la ocasión de ayudar a grandes clientes como P&G, Danone o L'Oreal a desarrollar estrategias digitales ganadoras, con foco especial en el vídeo online. En los últimos 2 años he montado mi propia empresa, Digital Labs, desde la que invierto y asesoro a startups de vídeo online como SmartyContent o Hitsbook y desde la cual realizo proyectos de consultoría de marketing digital para grandes clientes

QUÉDATE CON LO MÁS IMPORTANTE



170h.



OPCIÓN FIN DE SEMANA:

Inicio: 10/11/2017 Fin: 07/04/2018

Duración: 5 meses

Viernes, de 17h a 22h.

Sábados, de 9h a 14h



Aules KSchool

Foment Formació

Av. de Francesc Cambó, 10


08003 Barcelona



4.995 €



FORMAS DE PAGO:

- PAGO ÚNICO 
- PAGO FRACCIONADO



BONIFICABLE

POR LA FUNDACIÓN

TRIPARTITA

NUESTRO MANIFIESTO

Si el sistema no está preparado para darnos el conocimiento que necesitamos lo vamos a conseguir por nuestra cuenta • Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer • Si dependemos de nosotros mismos, vamos a pensar por nosotros mismos • No queremos, ni podemos sentarnos a esperar a que alguien se fije en nosotros • No hay ningún mapa. Debemos hacer nuestro camino, y es un camino que muchas veces no ha sido explorado, pavimentado, ni señalizado • Nuestro conocimiento es la clave de nuestro desarrollo personal y profesional • Todo el mundo tiene algo que enseñar. Queremos aprender todos de todos • En el mundo del conocimiento, cuanto más se comparte más se tiene • Lo que aprendemos es lo que practicamos • Especializarse es ponerle un apellido a nuestra profesión. Es echarle especias a nuestro ingrediente principal • Queremos construirnos un futuro fuera del rebaño. Para eso vamos a pensar y hacer las cosas de forma diferente • No vamos a seguir instrucciones a ciegas, no vamos a ser pelotas, no vamos a mantener la cabeza agachada. Esas formas no van con nosotros • Vamos a estar siempre en movimiento. No vamos a parar de movernos. Somos inquietos y nos gusta ser así • Como queremos resultados diferentes, vamos a hacer las cosas de forma diferente • Las pirámides son monumentos funerarios. Nos divierte verlas en los libros de historia, no sufrirlas en nuestro trabajo • Nuestro mercado no es el de los empleos. Es el de las oportunidades • Queremos colaborar con nuestras empresas a generar ingresos, no queremos tener un simple empleo • Queremos avanzar elaborando mejores recetas, no cocinando más • Queremos poner vida a los años, no solo años a la vida • Somos mucho más que un perfil y unas competencias. Somos algo más que las hojas de nuestro CV • Queremos levantarnos con ilusión los próximos 40 años. Queremos hacer las cosas con pasión, cariño y humanidad.