

# 12<sup>ed.</sup> MÁSTER DE SEO-SEM PROFESIONAL



Inicio  
17/11/2017



170 h.



Presencial



Madrid



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

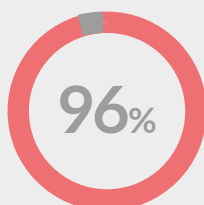
44

Programas

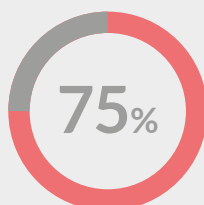
4

Ciudades

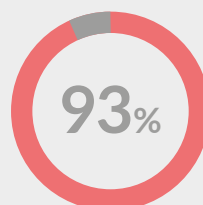
## NUESTROS COLABORADORES



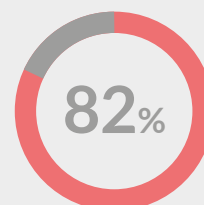
Alumnos están trabajando



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

*"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."*



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

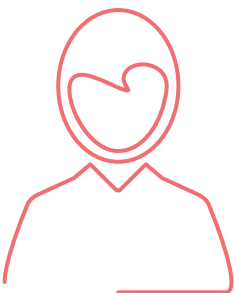
*"Para gente como yo que no había tenido gran experiencia en el ámbito del Marketing Online, este Máster es perfecto para introducir la cabeza dentro de este enorme mundo."*



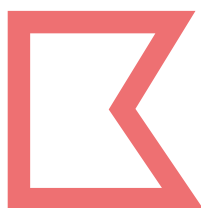
**Víctor Gutiérrez**  
Consultor SEO SEM  
& Diseño web,  
in-house freelance  
8ª ed. Máster en  
SEO-SEM  
Profesional

*"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 trasformación 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.

# 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

# TEMARIO

## 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

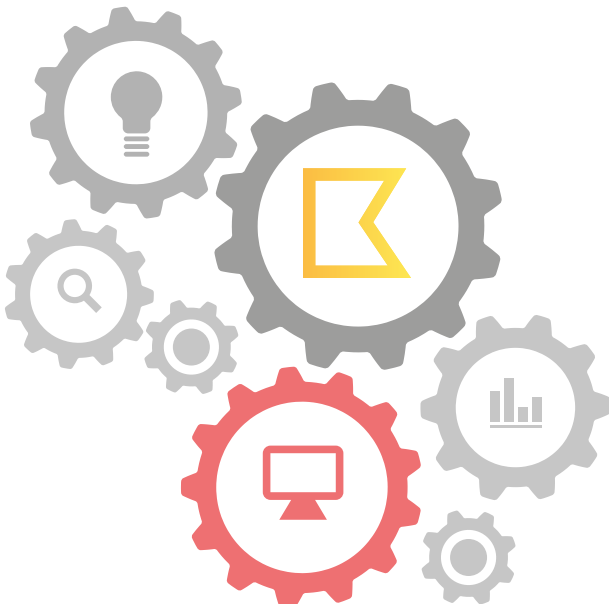
## 12 MÓDULO 12: ESTRATEGIAS SEO

- 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.



**Julián Sánchez**  
Head of SEO & Web Analytics at DigitasLBI

Alicantino de nacimiento y con un marcado background técnico de la anterior etapa como programador back y frontend, Julián Sánchez continuó su carrera en el Marketing Online y la Analítica Web, primero en Human Level Communications y más tarde en TopRural y Nurun. Siempre interesado en la Experiencia de Usuario y sin perder de vista el Desarrollo Web en el retrovisor, aterrizó finalmente en DigitasLBI Madrid donde actualmente desempeña las funciones de Responsable SEO y Analítica Web.



**MJ Cachón**  
Consultora SEO y Marketing Online

Consultora SEO y aprendiz constante de Analítica Web, asidua a todo lo Social. Tras pasar por Relevant Traffic, como SEO Manager estuvo en Señor Muñoz dirigiendo proyectos y organizando el departamento SEO. Actualmente al mando de su empresa de SEO y Marketing Online (mjcachon.es) y vinculada al equipo Search de Tribal Worldwide.



**Esther Azcano**  
Head of SEO en Tribal Worldwide

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo, encaminó sus estudios avanzados hacia el mundo del marketing y la publicidad. Comenzó su carrera online en el departamento SEO de iProspect, donde forjó sus conocimientos en la materia y tras 3 años, dio el salto al equipo SEO de Tribal Worldwide, donde actualmente ocupa el puesto de Head of SEO.



**Carlos Molina**  
CEO Tidart Internet Services

Actualmente, soy socio fundador de TIDART Consultora Digital; y Director de Planificación Estratégica Digital en Sheldon Madrid. Desde TIDART damos servicio a muchos comercios electrónicos españoles y extranjeros en la gestión y planificación de sus campañas de Marketing Online: SEO, SEM, Facebook Ads, LinkedIn, Twitter, RTB ... y cualquier canal de generación de tráfico de respuesta directa.



**Aleyda Solís**  
International 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 Asocia-da 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.



**Sergio Simarro**  
Business & Digital Senior Manager en KPMG-ADN

Licenciado en Ingeniería Superior Informática, me dedico a Internet desde el año 2000. He participado en proyectos para todo tipo de empresas y sectores, con amplia experiencia internacional. Ayudo a los negocios a vender más, apoyándome en el SEO, Analítica Web, Experiencia de usuario, Conversión, Gestión de la Reputación y, sobre todo, sentido común. Además de ponente en congresos de marketing digital.



**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



**Antonio Ramírez**  
Digital Manager en Tidart

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid, cuento con más de 7 años de experiencia desarrollando y liderando proyectos ligados a los departamentos de marketing. Actualmente, trabajo como Digital Manager en la agencia digital Tidart, especializado en SEM y Performance Marketing. Mis funciones incluyen planificar y ejecutar campañas en diferentes redes, así como la gestión de clientes y equipos de trabajo.



**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





**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. Chiclerero 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.



**Javier Riestra**  
Digital Analyst en  
IKEA Group

Analista con más de 5 años de experiencia en el sector digital. He trabajado como consultor SEO y de Redes Sociales y más recientemente como Analista Digital en El Arte de Medir. Mi experiencia como analista de agencia me ha permitido trabajar con clientes de distintos sectores, con objetivos y necesidades muy diversas, desarrollando análisis y cuadros de mando personalizados.



**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.



**Pedro Martínez**  
Head of SEO en  
Unidad Editorial

SEO Head Manager en Unidad Editorial (elmundo.es, marca.com, expansion.com, telva.com) y Co-organizador del evento Clinic SEO. Especializado en SEO onPage, estructura y contenido enfocado en Ecommerce, así como WPO, por mi pasado como programador soy considerado un SEO de perfil técnico, después de unos años en Barcelona donde trabajé en Interdigital y Friendly Rentals como SEO & Project Manager.



**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 video 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: 17/11/2017 Fin: 14/04/2018

Duración: 5 meses

Viernes, de 17h. a 22h.

Sábados, de 9h. a 14h.



Aula KSchool  
Calle José Picón, 31  
28028, Madrid



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.