

2^{ed.} MÁSTER DE SEO-SEM PROFESIONAL



Inicio
27/10/2017



170 h.



Presencial



Valencia



Bolsa de
empleo



3.995€

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

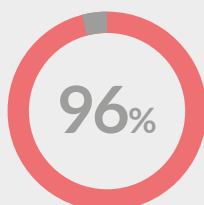
44

Programas

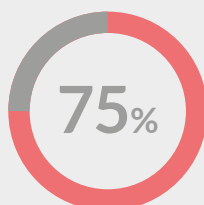
4

Ciudades

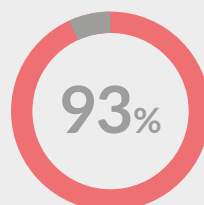
NUESTROS COLABORADORES



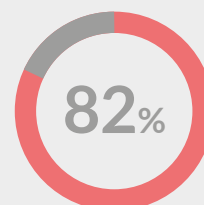
Alumnos están trabajando



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

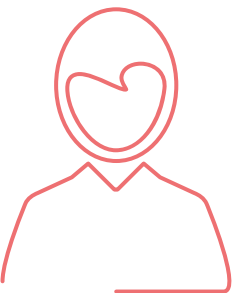
"Para gente como yo que no había tenido gran experiencia en el ámbito del Marketing Online, este Máster es perfecto para introducir la cabeza dentro de este enorme mundo."



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

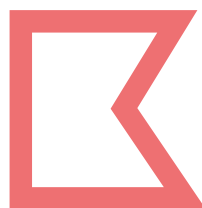
"Elegi Kschool porque me lo recomendó un antiguo alumno de kschool y algunos conocidos profesionales del sector. Si realmente quieres dar un salto de calidad en tus conocimientos o poder aportar valor a las páginas web de tus clientes, es imprescindible una formación optima "

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

OCTUBRE 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					



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	



TEMARIO

1 MÓDULO 1: MARKETING EN BUSCADORES: SEM = SEO + PPC

- Introducción al Search Marketing
- Fuentes de información para análisis de mercado
- SEO y PPC como parte de un proyecto online
- Introducción al SEO y PPC/SEM
- Tipos de búsquedas
- Análisis de una URL de Google
- Estimación de visitas a un sitio web
- Detección de oportunidades
- Fases de un proyecto SEO · Factores de posicionamiento SEO · Herramientas SEO

2 MÓDULO 2: KEYWORDS RESEARCH PARA SEO Y PPC + HERRAMIENTAS

- Keywords Research: 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
- Misspellings · Tipos de KW en PPC
- Taller práctico

3 MÓDULO 3: HTML Y SEO

- Servidores Web
- Códigos de Estado HTTP
- Servicios HTTPS
- 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

4 MÓDULO 4: CMS PARA SEO, SEO PARA CMS

- Introducción a los CMS
- Tipos de CMS de contenidos
- SEO para WordPress
- CMS integrados en sistemas de venta online
- SEO para Prestashop y Magento

5 MÓDULO 5: USER EXPERIENCE Y RENDIMIENTO EN SEO Y PPC

- Factores de UX
- Relación UX – SEO
- Relación UX – PPC
- Análisis de UX de un sitio/página
- Mejora de UX
- Herramientas para el análisis de UX

6 MÓDULO 6: KEYWORD RESEARCH

- Objetivos de posicionamiento SEO y PPC
- Calculo del volumen de búsquedas
- Construcción de listado de KW
- KW Principales, Medium Tail y Long Tail
- Proceso de KW Research
- Herramientas para KW Research

7 MÓDULO 7: GOOGLE UNIVERSAL

- Google Local
- SEO en Google Images
- SEO en YouTube
- Marcado semántico · Optimización de Rich Snippets

8 MÓDULO 8: PRIMER ANALISIS SEO 8 h.

- Análisis de proyectos SEO
- Fases del trabajo SEO
- Configuración del entorno de trabajo: AddOns
- Google Search Console
- Análisis SEO Onpage
- Análisis de competencia SEO
- Sistrix
- Majestic
- Otras herramientas profesionales SEO

9 MÓDULO 9: 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
- Acceso a APIs de Google para análisis SEO (Google Search Console + Google Analytics) y PPC (Google AdWords)

10 MÓDULO 10: PROYECTO SEO Y GESTIÓN DE RECURSOS

- Briefing del proyecto
- Arquitectura del sitio
- Procesos de decisión
- Customer Journey
- Diseño de contenido
- Puesta en marcha y gestión de tareas
- Incidencias en el desarrollo
- Migraciones y SEO
- Gestión de redirecciones
- Optimización de webs publicadas
- Presupuestos SEO
- Definición de objetivos SEO
- Perfiles profesionales en proyectos SEO
- Cronograma de acciones
- Seguimiento y Coordinación del proyecto
- Reporting
- Cierre de campaña

11 MÓDULO 11: SEO INTERNACIONAL

- Análisis del mercado y la competencia geolocalizada
- Sitios web internacionales
- Dominios TLD, ccTLD e IDN
- Distribución de redirecciones · CDN · Gestión de sitios multi-idioma
- Etiquetado para SEO internacional
- Herramientas de revisión · YouTube multi-idioma
- Gestión de sitios en GSC
- Analítica de sitios internacionales
- Buscador Yandex
- Buscador Baidu

12 MÓDULO 12: ARQUITECTURA WEB

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

13 MÓDULO 13: FASES DE UN PROYECTO SEO

- Objetivos de negocio
- Objetivos y KPIs
- Diseño de estrategias
- Investigación
- Diseño de estructura
- SEO OnPage · SEO OffPage
- Análisis y optimización SEO

14 MÓDULO 14: AUDITORIAS SEO

- Introducción a las Auditorías SEO
- Estado del sitio
- Tráfico a la web
- CMS · Dominio
- Online Reputation Management (ORM)
- Herramientas para auditorías
- Arquitectura del sitio
- Indexabilidad
- Modelo de URLs
- Contenidos
- Mapeado del sitio
- Auditoría de enlaces ·
- Análisis del HTML · Rendimiento / WPO
- Documentación

15 MÓDULO 15: 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

16 MÓDULO 16: OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB WPO PARA PPC Y SEO

- Web Performance Optimization
- Métricas y KPIs del WPO
- Factores de servidor
- Rendimiento On-Site
- Herramientas WPO
- Compresión de imágenes
- Minificación y limpieza de código
- Uso de CDNs
- Reestructura del contenido
- Ejercicio práctico WPO

17 MÓDULO 17: CONTENT MARKETING, PR Y OUTREACH

- 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

18 MÓDULO 18: REPUTACIÓN ONLINE

- Definición de ORM
- SEO para ORM

- Ejemplos y Casos
- Sistemas de monitorización
- Política de comunicación
- Derecho al olvido
- Desposicionamiento de resultados en Google

19 MÓDULO 19: SEO LOCAL

- Visibilidad SEO
- Factores SEO Local
- Google My Business
- Mejores prácticas de gestión
- SEO Local OnSite
- Recursos y herramientas

20 MÓDULO 20: LINKBUILDING PARA SEO

- Link Graph y enlaces como factor de ranking en Google · Funcionamiento, criterios
- Tipos de enlaces
- Métricas de calificación de los enlaces (DA/PA - Trust Flow / Citation Flow - Métricas Ahrefs)
- Detección de enlaces tóxicos
- Herramientas de análisis de enlaces
- Link building conservador
- Estrategia de campaña de link building
- Social Media para LinkBuilding
- Caso práctico de campaña linkbuilding en B2B
- Caso práctico de campaña linkbuilding en B2C

21 MÓDULO 21: SEO Mobile

- SEO en un índice "Mobile First"
- Identificación y análisis del comportamiento de búsqueda móvil
- Optimización técnica móvil
- Optimización de contenido móvil
- Accelerated Mobile Pages
- Monitorización de posicionamiento, tráfico y conversión móvil

MÓDULOS DE PPC /SEM

22 MÓDULO 22: INTRODUCCIÓN A CAMPAÑAS PPC EN GOOGLE

- 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

23 MÓDULO 23: ADWORDS MAS ALLA DE LOS ANUNCIOS PATROCINADOS

- Google Display Network
- Google AdWords Mobile
- Publicidad en YouTube
- Adwords for Video: True View vs. Promoted Video
- Optimizaciones en Adwords for Video ·

24 MÓDULO 24: 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

25 MÓDULO 25: FACEBOOK ADS

- 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 gestion
- Novedades Facebook: Graph Search

26 MÓDULO 26: TWITTER ADS y LINKEDIN

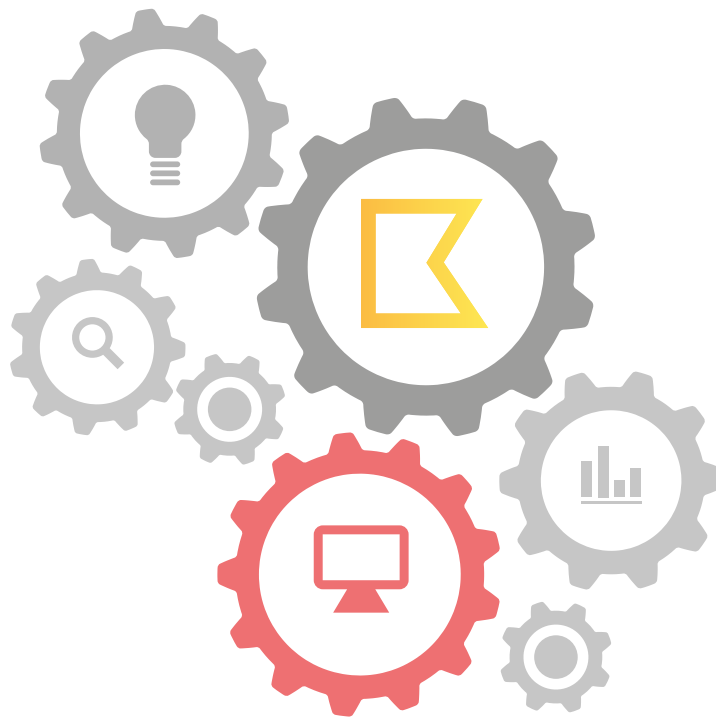
- Twitter para empresas (Twitter Ads)
- LinkedIn.

27 ANALÍTICA WEB Y PFM MÓDULO 27: ANALÍTICA WEB PARA SEO Y PPC

- Google Analytics
- Instalación
- Personalización
- Segmentos
- Perfiles
- Informes
- API · Extracción de datos
- Dashboards SEO + PPC · Google Data Studio
- Análisis de campañas SEO y PPC
- Rendimiento de campañas
- Análisis de captación

28 MÓDULO 28: PRESENTACION FINAL DE PROYECTOS FIN DE MASTER

Presentación y evaluación de los proyectos de los alumnos por parte de SEOs en activo y empresas interesadas en contratar personal formado en SEO y PPC:



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.



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. Chiclanero 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.



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.



José E. Vicente
Responsable
departamento
SEO en Human Level
Communications

Responsable del departamento de Search Marketing en Human Level Communications desde 2011. Realiza la mayoría de las revisiones técnicas de los proyectos y el soporte en la implementación de las recomendaciones SEO técnicas aprovechando sus conocimientos como Ingeniero Informático.

Además es Google Analytics Qualified, certificación de experto en analítica web con Google Analytics.



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



Paco Calatayud
Senior PPC
en Quirumed,
Grupo Bunzl

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Valencia. Lleva más de 5 años liderando proyectos digitales en sectores muy distintos. Actualmente trabaja en Quirumed, compañía de suministros clínicos perteneciente al grupo Bunzl, donde es Senior PPC y ejecuta todas las acciones de Paid Traffic de la compañía.



Ibán López
SEO freelance y
en particular,
consultor SEO
en Valencia

Trabajo en SEO desde Marzo de 2011. Empecé en serio con el Curso de taller SEO en el CFP de la UPV. Entre otros cursos y congresos, cursé el II Master SEO profesional de KSchool en Madrid en 2011. Consultor de Marketing online y desarrollador web. Especializado en SEO, WPO, SEM, HTML5, CSS3, CMS y entornos de desarrollo web y frameworks: Nodej, Gulp, Bower, Vagrant, Git, Bootstrap.



David Calduch
Ventas, Consultor
en Social Selling
y Estrategia Marketing
Digital,

Fundador de 3 empresas, más de 24 años de experiencia comercial y en el área TIC (CIO, CTO, Jefe de Proyectos y Jefe de Desarrollo). Formador con más de 25 años de experiencia. Conferenciante en España y Latinoamérica Realiza proyectos Digitales en las empresas para generar negocio y proyectos de Transformación Digital Consultor de LinkedIn para generar negocio, Branding Directivo, Employer Branding y Búsqueda de Empleo para Directivos.



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.



Felipe García
SEO Specialist en
We Are Marketing

Titulado en administración y finanzas, desempeña labores de consultor y responsable SEO, asumiendo funciones de planificación de estrategias de posicionamiento web, mejoras en la arquitectura de los sitios y consecución de objetivos, como aumentos de ROI o captación de leads.

Actualmente trabaja como SEO Specialist dentro de WAM.

Certificado tanto por Google como por Hubspot y con más de 10 años de experiencia en SEO ha sido ponente en diferentes eventos relacionados con SEO y Marketing Online



Héctor Ferrer
Analista Digital
en DBI

Con estudios en Ingeniería Informática descubrí la Analítica Web gracias a haber descubierto primero el SEO.

Ahora trabajo como Analista Digital en DBI empresa que forma parte del Grupo Havas, trabajando día a día con Google Analytics y Adobe Analytics.

La Analítica Web, las Redes Sociales y las nuevas tecnologías son mis entretenimientos diarios. Me declaro fan incondicional de los Tag Managers (GTM, DTM, OTM, Tealium...)



Enrique del Valle
Agencia de Adwords
DarkMoon

Fundador de Dark Moon , agencia de marketing online ubicada en España y especializada al 100% en publicidad en Google Adwords.

Ganador del premio Most Creative TCs en Mountain View (California) 2013, entre más de 400 asistentes de todo el mundo, por Proyecto SEM.

Además es Socio Certificado en Adwords, Colaborador principal en el Foro de Adwords Hispano..

QUÉDATE CON LO MÁS IMPORTANTE



170h.



OPCIÓN FIN DE SEMANA:

Inicio: 27/10/2017 Fin: 24/03/2018

Duración: 5 meses

Viernes, de 17h a 22h.

Sábados, de 9h a 14h




Parc Científic
Universitat de València
C/ Catedrático
Agustín Escardino, nº 9,
46980 Paterna, Valencia



3.995 €



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.