

Máster de SEO-SEM Profesional

13^a edición



Inicio
15/12/17



170 h.



Presencial



Madrid
(También en
Barcelona y
Valencia)



Bolsa de
empleo



3.995 €

Máster de SEO-SEM Profesional

13ed.

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.**

En KSchool hemos preparado un curso **con horas suficientes, contenidos completos y altamente prácticos** centrados en un solo tema, así como un equipo de docentes profesionales del sector y referentes de primera línea en el posicionamiento web y campañas de PPC en buscadores. 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.

El Master SEO/SEM Profesional está considerado por los distintos profesionales y agencias que han pasado por él como la puerta de entrada a un trabajo de agencia, con una sólida formación , además de servir de contacto con los mejores profesionales del sector. Alumnos del master ahora trabajan en agencias como Flat101, HumanLevel, DigitasLBI, TribalWorldwide, MOV Marketing, BigMomo y otras muchas más, además de formar parte del equipo SEO/SEM de empresas cómo Carrefour, Amazon, Hawkers, y los medios online de El Mundo, AS, 20 Minutos, entre otros.

Si quieres tener la formación que precisan estas agencias y empresas, así como los contactos que te introducirán en esta comunidad profesional, esta es la única formación que necesitas. ¿No nos crees? Pregunta por ahí, nuestros alumnos son nuestro mejor aval.

Objetivos

1. Realizarás auditorías SEO/SEM
2. Conocerás los factores SEO internos y externos y aprenderás a aplicar acciones SEO para la optimización.
3. Utilizarás herramientas, profesionales y costosas, que no puedes trabajar en otros cursos (Sistrix, Majestic, SEOmonitor).
4. Conocerás las estrategias y técnicas que aplican los distintos sitios web para mejorar su ranking en Google y rentabilizar mejor sus campañas de Pago por Clic.
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. Entrarás en contacto con la comunidad SEO profesional, tanto docentes como compañeros, así como exalumnos que ahora están trabajando en las mejores empresas (Amazon, Uvinum, Carrefour, DigitasLBI, TribalWorldwide, Flat101).
8. Te examinarás para conseguir la certificación oficial de Google.

Perfil del alumno

Dirigido a profesionales del marketing online que quieren subir un escalón 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.

Salidas profesionales

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.

KSchool Empleo

En KSchool ofrecemos a nuestros alumnos el acceso a una plataforma web de empleo propia donde las empresas publican semanalmente todo tipo de ofertas de las áreas de especialidad de nuestros programas.

En ella, encontrarás ofertas laborales y de prácticas, de empresas nacionales e internacionales, y en cualquier provincia. Se trata de un servicio gratuito y vitalicio, así que podrás seguir utilizándola para avanzar en tu carrera profesional siempre que quieras.

Ecosistema de empresas

Dónde trabajan nuestros alumnos:



Empresas de nuestra bolsa de empleo:



Dónde trabajan nuestros profesores:



Por qué estudiar en KSchool



Experiencia

Desde que nacimos en 2011 en KSchool han pasado miles de alumnos, cientos de ediciones y decenas de programas, que nos dan la experiencia necesaria para tener los mejores cursos.



Prestigio

No nos gusta la "titulitis", pero lo cierto es que estudiar en KSchool abre puertas. Nuestros alumnos son los mejores preparados, y las empresas lo saben.



Comunidad

Fomentamos el networking entre profesionales digitales: profesores, alumnos, amigos de la casa... KSchool es una red de expertos digitales en constante crecimiento.



Innovación

Siempre a la vanguardia del sector, tenemos los cursos más punteros. Programas siempre actualizados con las últimas tecnologías y en base a las necesidades de las empresas.



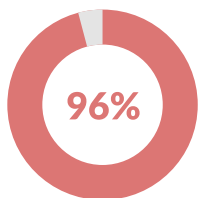
Empleo

Somos la escuela con mayor índice de empleabilidad. ¡96% de alumnos trabajando!. Y Gracias a KSchool Empleo, encontrar un nuevo trabajo en el sector digital será más fácil que nunca.

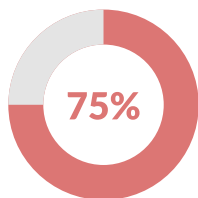
Números de Kschool

KSchool nació en 2010 con el propósito de formar a los nuevos perfiles profesionales que la Red demanda de forma constante. Nos definimos como "La escuela de los profesionales de Internet". Nuestra filosofía es formar a los profesionales del presente de manera práctica y eficaz.

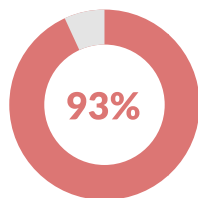
En KSchool enseñan profesionales en activo, expertos en cada disciplina. ¡Saben de lo que hablan! Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.



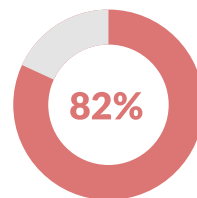
Alumnos están
trabajando



Encuentra trabajo
en los 12
primeros meses



Alumnos
satisfechos



Recomendaría
nuestros
programas



Temario

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

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

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

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

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

Módulo 6 **Keyword Research**

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

Módulo 7 **Google Universal**

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

Módulo 8 **Primer Análisis 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

Módulo 9 Uso de Excel a Nivel Profesional para Análisis SEO y SEM/PCC

- 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)

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

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

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

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

Módulo 14

Auditorías 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

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

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

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

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

Módulo 19 **SEO Local**

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

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

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

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

Módulo 23 Adwords más allá 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

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 exámen para certificación en Google Adwords

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

Módulo 26 Twitter Ads y LinkedIn

- Twitter para empresas (Twitter Ads)
- LinkedIn.

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

Módulo 28 Presentación 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:

Metodología y Evaluación

La filosofía de KSchool es “ponte con”, por lo que en nuestras clases tendrás que remangarte y ponerte a trabajar. Obviamente, las clases tienen un componente teórico necesario, pero una vez asimilado, tendrás que ponerlo en práctica.

El objetivo de nuestros másters es que aprendas trabajando, por lo que no tenemos exámenes finales sino Trabajo Fin de Máster en los que te obligamos a poner en práctica todo lo estudiado durante el máster además de servirte para completar tu CV con un portfolio.



Miguel López
Director Marketing
Online 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



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. Ha colaborado como profesora en la IAB y ha participado como ponente en eventos como OME expo 2015.



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. La dirección en Sheldon Madrid me ha dado la posibilidad de planificar y gestionar campañas de un perfil de anunciante más grande, acostumbrados a comprar impresiones por toneladas en un mundo digital que hoy te permite medir cada céntimo de inversión.



Luis Calderón
Diseñador de Experiencia de
Usuario en El Confidencial
Exalumno Máster de UX KSchool

Soy un periodista adicto al diseño de experiencia de usuario y la investigación. Durante estos años he trabajado en rediseño, conceptualización e investigación en proyectos de experiencia de usuario. Además, he tenido la oportunidad de liderar diversos proyectos editoriales intentando siempre innovar tanto en el diseño como en el contenido. He tenido la suerte de trabajar en Diga33! y aprender de Luz De-León, una de las mejores profesionales del UX de este país. Soy coorganizador de UX Academy, UXfighters y del Máster en Usabilidad y Experiencia de Usuario de KSchool del que hace unos años también fui alumno. Puedes encontrarme en casi cualquier sitio donde se hable de UX.



Aleyda Solís
International SEO Consultant
& Founder at Orainti

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.



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
Exalumno Máster SEO-SEM KSchool

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid, cuento con más de 7 años de experiencia en empresas de servicios desarrollando y liderando proyectos ligados a los departamentos de marketing, y siempre enfocado a objetivos concretos de optimización y resultados.

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 (Google, Bing, redes sociales...), 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



Javier Riestra
Digital Analyst en IKEA Group
Exalumno Máster de Analítica Web KSchool

Analista con más de 5 años de experiencia en el sector digital. Ex-alumno del Máster de Analítica Web de KSchool, 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. Esto me ha ayudado a tener una visión muy estratégica del papel que juega la medición dentro de cualquier negocio con presencia online



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.

Dispongo de un amplio conocimiento que cubre desde la planificación hasta la ejecución de campañas bajo diversos sistemas publicitarios y plataformas online. 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.



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.



Daniel Jurado
Electrónico de formación y
PPCero por Pasión

A lo largo de mi trayectoria profesional he pasado por distintos sectores y empresas, en el tejido empresarial desde 2001, en 2006 encuentro mi primera pasión por enseñar y me dedico por completo a la formación de profesionales.

En la actualidad tengo mi propia Agencia en la que somos especialistas en ecommerce, cabe destacar que navego por Internet desde 1995 y aprobé mi primera certificación de AdWords(Fundamentals) en 2012, ese mismo año obtengo la insignia de Google Partner, posteriormente en 2013 soy nombrado por la Comunidad Oficial de Anunciantes de Google (Comunidad AdWords) como Usuario destacado. En 2015 comienzo a colaborar en Campus Google Madrid como Mentor AdWords.



Fernando Muñoz
Consultor 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 De
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 at
Unidad Editorial

SEO Head Manager en Unidad Editorial (elmundo.es, marca.com, expansion.com, telva.com) y Co-organizador del evento Clinic SEO. Estoy 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, actualmente resido en Madrid donde asumo el puesto de Responsable Departamento SEO de Unidad Editorial (Elmundo.es, Marca.com, Expansión.com y Telva.com). También soy co-organizador del evento ClinicSEO, evento mensual que nace en Barcelona convirtiéndose actualmente en unos de los eventos gratuitos de referencia en el sector.



MJ Cachón
Head of Owned Media,
Social & Content

Consultora SEO y aprendiz constante de Analítica Web, asidua a todo lo Social, desde Twitter a las implicaciones que el Marketing Social tiene en el search marketing.

Diplomada en Ciencias Empresariales y Técnica Superior de Gestión Comercial y Marketing, me zambullí en el mundo online con un Máster de Marketing Digital, tomando la decisión de abandonar el sector de la banca y las finanzas para abarcar la aventura laboral en Internet.

Tras pasar por Relevant Traffic, después de ejercer como SEO Manager y dirigir el equipo, recaló en Señor Muñoz en Junio del 2013, dirigiendo gran parte de los proyectos de la empresa y organizando el departamento SEO, de la mano de Fernando Muñoz.

Máster de
SEO-SEM
Profesional



Inma García Gasco

**SEO Led en
The Cocktail**

Madrileña, entusiasta de los viajes, de probar todo tipo de deportes (y de dejarlos todos), de la música y de comer (especialmente dulces). Me encanta perderme por la montaña y disfrutar de los atardeceres; la moda me quita bastante tiempo mental y cada día estoy más a favor de la comunicación física entre personas.

Con experiencia de más de 7 años en marketing digital, especializada en estrategias de captación de tráfico.

Soy licenciada en Administración y Dirección de Empresas con especialidad en marketing por la "UAM".

Lo más importante



Duración: 170 h - 6 meses
Viernes, de 17h a 22h
Sábados, de 9h a 14h



Bonificable a través de la
fundación estatal para la
formación en el empleo



Precio:
3.995 €



Formas de pago:
- Pago único **(5%dto)**
- Pago aplazado



Inicio: 15 de Diciembre 2017
Fin: 26 de Mayo 2018



KSchool
Calle José Picón 31
28028 Madrid

Calendario

Inicio:
15
Diciembre

Diciembre 2017

L	M	X	J	V	S	D
				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

L	M	X	J	V	S	D
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 2017

L	M	X	J	V	S	D
			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

L	M	X	J	V	S	D
			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				

Abril 2018

L	M	X	J	V	S	D
						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	
30						

Mayo 2018

L	M	X	J	V	S	D
	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				

Final:
26
Mayo

Dicen de nosotros:



Marta Cámara

Data Science & Negocio en EURO 6000

1ª ed. Máster de Data Science

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



Juanfra Cózar

Marketing y Diseño Gráfico en Zailand

7ª ed. Máster en Analítica Web

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



Rhea Moufarrej

UX Designer en Barrabés Meaning

6ª ed. Máster en Usabilidad y Experiencia de Usuario

"El Máster de UX me ha aportado mucho en mi carrera profesional y mi vida personal. Gracias a KSchool, tuve la suerte de conocer a los mejores profesionales del sector que han podido contribuir a mi crecimiento profesional en la industria."



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."



Álvaro Peñalba

Digital Marketing en Cross Nutrition

9ª ed. Máster 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 "

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.

www.kschool.com