

Máster en Optimización de Buscadores y Estrategias de SEO Avanzado



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Optimización de Buscadores y Estrategias de SEO Avanzado



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Optimización de Buscadores y Estrategias de SEO Avanzado con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Extranjería, Categoría Profesional del Consejo Presidencial Social de la UNEDCO (Barr. Piedad 1044)

Descripción

El Máster en Optimización de Buscadores y Estrategias de SEO Avanzado te ofrece una formación integral y especializada en un sector en pleno auge, donde la visibilidad online es crucial para el éxito de cualquier negocio. Con una demanda laboral creciente, las empresas buscan expertos capaces de mejorar su posicionamiento en buscadores y aumentar su competitividad. Este máster, impartido de manera online, te capacita en tácticas avanzadas de SEO, desde la planificación estratégica y la identificación de nichos de mercado hasta la implementación de técnicas de SEO on page y off page. Adquirirás habilidades en el uso de herramientas líderes como SEMrush y Google Analytics, además de profundizar en el SEO copywriting y la analítica web. Con contenido actualizado y un enfoque práctico, este programa te posiciona como un profesional indispensable para cualquier empresa que busque liderar en el entorno digital.

Objetivos

- Definir objetivos SEO alineados con la audiencia y nichos de mercado específicos. - Optimizar la arquitectura web para mejorar la jerarquización y usabilidad del sitio. - Implementar técnicas avanzadas de linkbuilding y linkbaiting para aumentar la autoridad. - Analizar y optimizar metadatos para mejorar el rendimiento en motores de búsqueda. - Usar SEMrush para realizar auditorías on page y análisis de la competencia. - Integrar datos estructurados y rich snippets para mejorar el mercado semántico. - Aplicar Google Analytics para medir y mejorar el rendimiento y conversiones del sitio.

Para qué te prepara

El Máster en Optimización de Buscadores y Estrategias de SEO Avanzado está diseñado para profesionales y titulados en marketing digital, comunicación y tecnología que buscan especializarse en SEO. Este programa avanzado abarca desde la planificación estratégica en motores de búsqueda y SEO on-page, hasta técnicas avanzadas de linkbuilding y analítica web con herramientas como Google Analytics y SEMrush, proporcionando una formación integral para expertos en la materia.

A quién va dirigido

Este máster te prepara para dominar el arte del SEO, enseñándote a optimizar sitios web desde la arquitectura y jerarquización hasta la experiencia de usuario y usabilidad. Aprenderás a realizar auditorías SEO exhaustivas, utilizando herramientas avanzadas como SEMrush, para analizar la competencia y mejorar la indexabilidad. Además, adquirirás habilidades en SEO copywriting y analítica web, impulsando la visibilidad y el rendimiento de cualquier proyecto digital que emprendas.

Salidas laborales

'- Consultor SEO especializado en estrategias avanzadas - Analista de datos para optimización de motores de búsqueda - Estratega de contenido digital con enfoque en SEO - Especialista en migraciones web y optimización de usabilidad - Experto en linkbuilding y linkbaiting - Auditor SEO con experiencia en herramientas como SEMrush - SEO copywriter enfocado en marketing de contenidos - Analista web con dominio de Google Analytics y Tag Manager

TEMARIO

MÓDULO 1. MOTORES DE BÚSQUEDA Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. QUÉ ES EL SEO

1. Principales conceptos
2. SEO frente a SEM
3. Contexto y evolución del SEO
4. El papel del SEO en el marketing digital
5. Factores internos y externos en el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MOTORES DE BÚSQUEDA

1. Motores de búsqueda: partes y funcionamiento
2. El proceso de búsqueda de información
3. Indexabilidad en motores de búsqueda
4. Tipos de buscadores
5. Términos e intención de búsqueda

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MOTOR DE BÚSQUEDA POR EXCELENCIA. GOOGLE

1. Factores de relevancia
2. Evolución de los algoritmos de Google
3. El algoritmo Rankbrain
4. Google Crawling
5. Google Panda
6. Google Penguin 4.0
7. Google Hummingbird
8. Penalizaciones y soluciones
9. FLoC: la alternativa de Google a las cookies

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento
5. JavaScript y CSS
6. HTML

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINIR OBJETIVOS SEO

1. Desarrollo del plan SEO: metodología y planificación
2. Investigación de la competencia
3. ¿El contenido es el rey?
4. SEO local y SEO internacional

5. Tipos de dominio: geolocalización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. AUDIENCIA OBJETIVO Y NICHOS DE MERCADO

1. Definiendo el target objetivo
2. Segmentación de mercado
3. Comportamiento del usuario y decisiones de compra
4. El funnel o embudo de conversión
5. Customer journey

UNIDAD DIDÁCTICA 7. KEYWORD RESEARCH

1. Qué son las keywords
2. Tipos de keywords
3. Selección de palabras clave
4. Keywords Longtail
5. Intenciones de búsqueda
6. Herramientas para keyword research
7. Herramientas gratuitas
8. Extensiones para navegador

MÓDULO 2. SEO ON PAGE AVANZADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ARQUITECTURA Y JERARQUIZACIÓN WEB

1. Estructura de la web
2. Páginas pilar y clústeres de contenido
3. Navegación en breadcrumbs
4. Niveles y profundidad web
5. Palabras clave: buenas prácticas
6. Canibalización
7. Interlinking o enlazado interno
8. Categorización y paginación
9. Taxonomías
10. Sintaxis de URL's

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPTIMIZACIÓN DEL SITIO WEB

1. Estructuración del contenido: títulos, descripciones y encabezados
2. Códigos de estado
3. Redirecciones
4. Canonicalización
5. Tiempos de carga y Core Web Vitals
6. Anchor text
7. Sitemaps XML
8. Robots. Txt
9. Hreflang
10. Crawl Budget
11. iFrames y Frames

12. SerpTrade
13. Extensiones para Google Chrome

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MIGRACIONES

1. Qué son las migraciones web
2. Tipos de migraciones
3. Proceso de migración web
4. Cambios de servidor
5. Evitar problemas y errores en las migraciones web
6. Monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN DE VIDEOS E IMÁGENES

1. Tamaño, resolución y formatos
2. Atributo y texto alt
3. Sitemap de imágenes
4. Alojamiento CDN y carga diferida
5. Detección de problemas en las imágenes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE METADATOS

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet
7. Etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

UNIDAD DIDÁCTICA 6. USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO- UX

1. Introducción
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX
7. Orientaciones de diseño web y dispositivos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLACK HAT SEO Y CLOAKING

1. Qué es el Blackhat SEO
2. Cloaking
3. Texto invisible
4. Duplicación de dominios
5. SPAM en foros
6. Uso de enlaces forzados o spam Keywords
7. Información sobre Black Hat SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONSIDERACIONES SEO PARA LA NAVEGACIÓN EN MÓVILES

1. Indexación Mobile First
2. AMP
3. PWA
4. HTML Dinámico
5. Diseño Responsive y mobile-friendly
6. Google Discover

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MÉTRICAS SEO

1. KPI's de posicionamiento
2. KPI de tráfico y conversión web

MÓDULO 3. SEO OFF PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

1. Backlinks y linkjuice
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Nofollow vs. dofollow
4. Análisis de enlaces: SEMrush, Ahrefs y Screaming Frog

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LINKBUILDING

1. Características fundamentales de Linkbuilding
2. Tipos de enlaces
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding orgánico
5. Linkbuilding con Ahrefs
6. Autorización y desautorización de enlaces con Search Console

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKBAITING

1. Introducción al linkbaiting
2. Directorios
3. Blog, foros y redes sociales
4. Storytelling
5. Marketing viral

MÓDULO 4. SEO AVANZADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO SSL

1. Qué son los certificados SSL y TLS
2. Tipos de certificados SSL
3. Autoridades de certificación (CA)
4. Redirecciones HTTPS
5. Actualización de URL y etiquetas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DATOS ESTRUCTURADOS Y MARCADO SEMÁNTICO

1. Qué son los datos estructurados: ¿cómo puede ayudar a mejorar el SEO?
2. Tipos de formato de marcado semántico
3. Concepto y tipos del marcado Schema
4. Construcción e implementación de datos estructurados
5. Herramientas para generar marcado Schema
6. Validación y testeo de datos estructurados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RICH SNIPPETS O FORMATO ENRIQUECIDO

1. Qué son los rich snippets
2. Tipos y requisitos de los rich snippets
3. Rich snippets y datos estructurados
4. Ejemplos prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO OPEN GRAPH

1. Definición y conceptos fundamentales
2. Etiquetas Open Graph
3. Tipos de metaetiquetas sociales
4. Herramientas de validación
5. Plugins y optimización de etiquetas para Wordpress

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ARCHIVOS LOG

1. Qué es un log y por qué es importante en nuestra estrategia SEO
2. Exportación de archivos log
3. Procedimientos para el análisis de LOG's
4. Screaming Frog SEO Log File Analyzer
5. Semrush Log File Analyzer

MÓDULO 5. AUDITORÍA SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFORME DE AUDITORÍA

1. Preparación del proyecto
2. Consideraciones principales y tipos de auditoría que pueden realizarse
3. Consejos y buenas prácticas para la redacción del informe
4. Auditorías previas como estrategia comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ASPECTOS GENERALES

1. Datos generales sobre el dominio
2. Situación frente a la competencia
3. Análisis del tráfico
4. Crecimiento: contextualización y perspectivas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CRAWLING E INDEXABILIDAD

1. Análisis de la indexación
2. Análisis del archivo robots.txt
3. Análisis del archivo xml sitemap
4. Análisis de la frecuencia de rastreo
5. Herramientas de análisis

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRUCTURA WEB Y CONTENIDO

1. Análisis de contenido: métricas relevantes, canibalización, duplicidades y longitud
2. Análisis de etiquetas y metaetiquetas
3. Análisis de estructura y arquitectura
4. Interlinking y linkjuice
5. Redirecciones, códigos del servidor y errores
6. Revisión de errores en contenido multimedia y URL's
7. Análisis de keywords: posicionamiento, eficacia y análisis de la competencia
8. Herramientas de análisis

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENLAZADO Y AUTORIDAD

1. Análisis del perfil de enlaces
2. Revisión de penalizaciones
3. SEO negativo
4. Autoridad de dominio

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO

1. Rendimiento WPO
2. Hosting, CMS y plugins
3. Sistema de caché
4. Optimización del diseño responsive
5. Análisis de usabilidad web
6. Herramientas de análisis
7. ANEXO. CASO PRÁCTICO. AUDITORÍA SEO ZALANDO

MÓDULO 6. USO AVANZADO DE LA HERRAMIENTA SEMRUSH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREACIÓN DE LA CUENTA

1. Tipos de planes: ventajas y desventajas
2. Configuración de la cuenta
3. Creación del proyecto
4. Extracción de datos y generación de informes
5. Limitaciones y plugins extra

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Análisis del tráfico
2. Datos generales del dominio
3. Palabras clave de la competencia
4. Información del público

5. Detectando oportunidades

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE

1. Keyword Magic Tool
2. Asignación de keywords al proyecto
3. Keyword Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BACKLINK PANEL

1. Análisis de backlinks
2. Backlink Auditoría
3. Planificación de estrategia con Link Building Tool

UNIDAD DIDÁCTICA 5. AUDITORÍA ON PAGE

1. Rendimiento
2. Detección de problemas
3. Estadísticas
4. Rastreabilidad
5. SEO Internacional
6. Enlaces internos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PANEL DE MARKETING DE CONTENIDOS

1. Topic research: definiendo el contenido
2. SEO Content Template
3. Seo Writing Assistant
4. Monitorización

MÓDULO 7. SEO COPYWRITING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos
6. El proceso de Copywriting

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS

1. Objetivos SMART
2. Segmentación del target
3. Planificación de la estrategia de marketing de contenidos
4. Plan estratégico
5. Seguidores, leads, clientes y prosumidores
6. Plan táctico
7. Calendario editorial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEO COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting SEO?
2. Redacción de contenido vs. copywriting SEO
3. Técnicas de copywriting SEO
4. Herramientas gratuitas

MÓDULO 8. ANALÍTICA WEB Y SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANALÍTICA WEB CON GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a la analítica web
2. Funcionamiento Google Analytics
3. Introducción e instalación de Google Analytics
4. Interfaz
5. Métricas y dimensiones
6. Informes básicos
7. Informes personalizados
8. Comportamiento de los usuarios e interpretación de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GOOGLE ANALYTICS 4

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECOGIDA DE DATOS

1. Planes de medición
2. Configuración de las vistas mediante filtros
3. Métricas y dimensiones personalizadas
4. Seguimiento de eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NAVEGACIÓN E INTERFAZ

1. Informes de visión general
2. informes completos
3. Compartir informes
4. Configuración paneles de control y accesos directos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFORMES

1. Informes de Audiencia
2. Informes de Adquisición
3. Informes de Comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CAMPAÑAS Y CONVERSIONES

1. Campañas personalizadas
2. Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
3. Configuración y medición de objetivos
4. Cómo medir campañas de Google Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GOOGLE ANALYTICS 360

1. Analítica avanzada
2. Informes sin muestrear
3. Google BigQuery Export
4. Integraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GOOGLE TAG MANAGER

1. Concepto y características
2. Gestión de etiquetas
3. Activadores y gestión de variables
4. Implementación y eventos
5. Tracking

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LOOKER STUDIO (GOOGLE DATA STUDIO)

1. Visualización de datos
2. Tipologías de gráficos
3. Fuentes de datos
4. Integración con Analytics
5. Creación de informes

