

## Introducción al SEO para comunicadores y creadores de contenido

### SEO práctico

---

#### Objetivos:

El objetivo del programa es entender qué es SEO (Search Engine Optimization) desde una perspectiva global y aterrizarlo desde un punto de vista práctico a nuestra labor como profesionales de comunicación. Para ello se partirá del concepto y funcionamiento de un buscador, analizando cómo funciona la búsqueda y los resultados para luego pasar a las técnicas concretas para trabajar el posicionamiento orgánico sin necesidad de contar con excesivos conocimientos técnicos. El programa cuenta con dos áreas temáticas: SEO Interno, y el SEO Externo. Se trabajará de forma específica en el área marketing de contenidos para el SEO y todos los aspectos relacionados con la elaboración de *redaccionales SEO friendly*. Una vez aterrizada esta parte, se analizará cómo dar a conocer nuestros contenidos utilizando técnicas de linkbuilding y social media principalmente

#### Propuesta de programa (8 HORAS):

##### INTRODUCCIÓN

- Google, mucho más que un buscador. El futuro: la web semántica
- Funcionamiento de un buscador, y del robot; diferencias con el directorio
- La búsqueda y la página de resultados
- El posicionamiento orgánico
- Áreas de trabajo SEO: SEO Interno y SEO externo

##### SEO INTERNO: DESARROLLO DE CONTENIDOS ON-PAGE

- Definición de longtail
- Redactando para buscadores
- Contenido multiformato y multicanal
- Optimización de contenido según longtail
- Los errores generando contenido y las penalizaciones
- Apoyando el contenido: etiquetas, imágenes, videos, etc.
- Aspectos técnicos básicos del SEO Interno: las URLs, redireccionamientos, servidor, etc.

##### SEO EXTERNO: MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA EL SEO

- Técnicas de linkbuilding
- Análisis de backlinks
- Geolocalización
- Marketing de prescripción
- Social marketing (SMO)

##### MONITORIZACIÓN Y ANÁLISIS

- Herramientas para monitorizar SEO, más allá del page Rank

## Metodología

5 horas de teoría y 3 horas de ejercicios prácticos (una hora y media por ejercicio):

1. SEO INTERNO: Auditoria de una web para desarrollar longtail y un contenido optimizado en una página de ejemplo.
2. SEO EXTERNO: Auditoria de una web para desarrollar estrategia de SEO externo, aplicar técnicas de linkbuilding y herramientas de monitorización

**Los ejercicios prácticos se realizarán en grupos de 2/3 personas en clase con 40 minutos de trabajo y 20 minutos de puesta en común y se intercalarán con la teoría.**

## Destinatarios

Periodistas y profesionales de la comunicación ya familiarizados con el entorno web y trabajando en la elaboración de contenidos digitales para sites empresariales de todo tipo que quieran profundizar en la elaboración de redaccionales y branded content desde una perspectiva SEO Friendly y obtener una metodología de trabajo para la cual no son necesarios conocimientos técnicos extensos.

## Profesor

Licenciada en Publicidad y Relaciones Publicas en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla. Anteriormente, directora creativa en agencias españolas dedicadas al marketing on-line o al marketing below the line. Desde el 2009, directora creativa y socia fundadora de Úbica Below, agencia especialista en marketing y comunicación digital. Profesora y ponente desde hace 15 años en cursos especializados de esta materia para diferentes entidades.