



UTN.BA

UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

DIPLOMATURA MARKETING WEB

Temario



Módulo: Google Search Console (SEO)

Presentación de la Diplomatura

- Presentación (docentes, alumnos, modalidad de cursada y evaluación).
- Entrega de las consignas del Proyecto Final Integrador (PFI).

Blogging en Blogger

- Creación, configuración y diseño de blogs.
- Editor de entradas.
- Integración con redes sociales.

Introducción al SEO

- Qué es el SEO.
- Cómo funciona la Búsqueda de Google.
- Cuáles son las herramientas SEO oficiales de Google.

Redacción para la Web

- Características del lenguaje digital.
- Comportamiento de los usuarios en la Web.
- Pirámide invertida horizontal.
- Sintaxis de la escritura en Internet.
- Estratificación de la información en la Web.

SEO de contenidos

- Editor de entradas.
- Técnicas de SEO para contenidos.

Técnicas de SEO básicas

- Indexación en los principales buscadores.
- Técnicas de Linkbuilding.
- Optimizar URLs.
- Página 404.
- Redes de hipervínculos superficiales.

Técnicas de SEO avanzadas

- Meta tags.
- Sitemaps HTML y XML.
- Robots.txt.

Google Search Console

- Configurar la cuenta de Search Console.
- Gestionar el sitio con Search Console.
- Proteger el sitio del spam.
- Directrices para webmasters.

SEO móvil (Responsive Design)

- Usuarios de móviles.
- SEO para dispositivos móviles.
- Responsive design templates.

Módulo: Google Ads Fundamentos (SEM)

Funcionamiento de Google Ads

- Subastas en Google Ads.
- Factores de calidad.
- Vincular Google Ads y Google Search Console.
- Política publicitaria de Google Ads.

Estructuración de la cuenta, presupuesto y ofertas

- Campañas, grupos de anuncios y anuncios.
- Estrategias de ofertas.
- Relación presupuesto-ofertas.

Tecnologías de orientación

- Informe de Términos de búsqueda.
- Optimización de palabras clave.
- Otras orientaciones.

- Comparativa con otros anunciantes.

Conversiones

- Calcular el retorno de la inversión (ROI).
- Seguimiento de conversiones.
- Métricas de conversiones.

Repaso

- Simulacro para el examen Fundamentos de Google Ads.
- Espacio para debatir y contestar dudas.

Examen Fundamentos de Google Ads

- Espacio para rendir el examen Fundamentos de Google Ads.

Módulo: Google Ads (Red de Display)

Introducción a la publicidad gráfica

- Características de las campañas en la red de display.
- Oferta Costo por cada Mil Impresiones Visibles (vCPM).
- Anunciantes de branding.
- Limitación de frecuencia.
- Factores de calidad en display.

Orientación por personas

- Remarketing.
- Audiencias en el mercado.
- Audiencias afines y afines personalizadas.
- Orientación demográfica.
- Anunciantes de respuesta directa.

Orientación por contenidos

- Orientación por posición.
- Orientación por temas.

- Orientación por palabras clave.
- Configuración de las tecnologías de orientación.
- Rechazo de anuncios.

Configuración avanzada en red de display

- ECPC y ECPM.
- Retorno de la inversión publicitaria (ROAS) objetivo.
- Anuncios Lightbox y dinámicos.
- Campañas para aplicaciones móviles.
- Optimización de campañas.

Repaso

- Simulacro para el examen Red de Display de Google Ads.
- Espacio para debatir y contestar dudas.

Examen Red de Display de Google Ads

- Espacio para rendir el examen Red de Display de Google Ads.

Módulo: Google Analytics

Introducción a la analítica digital

- Importancia de la medición.
- Objetivos, indicadores y metas.
- Claves para el análisis.
- Modelo de medición.
- Plan de medición.

Introducción a Google Analytics

- Principales componentes (recolección, configuración, procesamiento y reportes).
- Estructura de Google Analytics (cuenta, propiedades y vistas).

Introducción a la interfaz de Google Analytics

- Dimensiones.
- Métricas.
- Controles.
- Filtros.
- Segmentos.

Informes de audiencia y adquisición

- Informes de intereses y demográficos.
- Informes geográficos y de comportamiento.
- Informes de tecnología y de móvil.
- Fuentes, canales y medios.
- Google Ads y remarketing.

Informes de comportamiento y conversiones

- Métricas principales.
- Tipos de reportes.
- Objetivos.
- Eventos.

Modelos de atribución e informes globales

- Modelos de atribución.
- Informes en tiempo real.
- Informes personalizados.
- Alertas inteligentes (Eventos de Intelligence).
- Recopilación de datos (protocolo de medición e importación de datos).

Repaso

- Simulacro para el examen de Google Analytics.
- Espacio para debatir y contestar dudas.

Examen Google Analytics

- Espacio para rendir el examen de Google Analytics.
- Devoluciones finales.
- Cierre y entrega de notas.

Objetivos

- Aprenda a posicionar una propiedad digital en buscadores.
- Aprenda a identificar las palabras clave para su negocio mediante la técnica de keywords o search.
- Entienda la importancia del concepto de responsive design para buscadores.
- Conozca las técnicas y herramientas para trabajar el SEO en buscadores.
- Comprenda la diferencia entre SEO y SEM y logre poner en marcha las distintas campañas de posicionamiento.
- Comprenda cómo funcionan las subastas de Google Ads.
- Optimice sus campañas para conseguir costos más bajos.
- Aprenda qué es y para qué sirve la analítica web.
- Comprenda el flujo de visitas en su sitio web.
- Utilice y maneje distintos tipos de informes.
- Incorpore las herramientas necesarias para rendir los exámenes de certificación de Google Ads y Google Analytics.

