

UTN.BA

UTN.BA



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES



TEMARIO Y CRONOGRAMA



Módulo I: Google Search Console (SEO)

Clase 2: Blogging

- Definición de Blogging
- Blogger vs. WordPress
- Integración con las Redes Sociales
- Recorrido por las principales funciones del blog

Clase 3: Introducción al SEO

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

Clase 4: Técnicas de SEO básicas

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

Clase 5: Técnicas de SEO avanzadas

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

Clase 6: Google Search Console

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



Clase 7: SEO móvil (Responsive Design)

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

Clase 8: 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

Clase 9: SEO de contenidos

- Editor de entradas
- Técnicas de SEO para contenidos

Módulo II: Fundamentos de AdWords (SEM)

Clase 11: Introducción a Google AdWords

- Beneficios de la publicidad en línea y AdWords
- Redes de publicidad de Google
- Funcionamiento de AdWords
- Crear cuenta en Google AdWords

Clase 12: Configurar una campaña de AdWords

- Estructurar cuenta, campaña, grupo de anuncios y anuncios
- Configurar campaña
- Orientación de los anuncios al público deseado
- Establecimiento de ofertas y presupuestos



Clase 13: Medir y optimizar el rendimiento

- Evaluar las métricas relevantes para sus objetivos
- Experimentos e Informes
- Optimizar campañas

Clase 14: Herramientas de AdWords

- AdWords Editor
- Seguimiento de conversiones
- Mi Centro de Clientes (MCC)
- Google Analytics

Módulo III: Publicidad gráfica (SEM)

Clase 17: Introducción a la Red de Display de Google

- Funcionamiento de la Red de Display
- Beneficios de la Red de Display
- Inventario de Display
- Tipos de anuncios
- Extensiones de anuncios

Clase 18: Configuración de una campaña en la Red de Display

- Planificación de la campaña
- Estructuración de la campaña
- Tipos de ofertas
- Galería de anuncios
- Corrección de un anuncio rechazado

Clase 19: Orientación en la Red de Display de Google

- La pestaña “Red de Display”
- Tipos de orientación
- Configuración de la orientación en la Red de Display

- Planificador para la Red de Display

Clase 20: Medir y optimizar el rendimiento en la Red de Display

- Generación de informes
- Evaluación del rendimiento
- Sugerencias para optimizar anuncios y campañas
- Conversiones

Módulo IV: Google Analytics

Clase 23: Introducción a la analítica digital

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

Clase 24: Introducción a Google Analytics

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

Clase 25: Introducción a la interfaz de Google Analytics

- Dimensiones
- Métricas
- Controles
- Filtros
- Segmentos

Clase 26: 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
- AdWords y remarketing

Clase 27: Informes de comportamiento y conversiones

- Métricas principales
- Tipos de reportes
- Objetivos
- Eventos

Clase 28: Modelos de atribución, 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)

CRONOGRAMA DE CLASES:

- ➔ Clase 1 – Presentación de la Diplomatura
- ➔ Clase 2 – Blogging
- ➔ Clase 3 – Introducción al SEO
- ➔ Clase 4 – Técnicas de SEO básicas
- ➔ Clase 5 – Técnicas de SEO avanzadas
- ➔ Clase 6 – Google Search Console
- ➔ Clase 7 – SEO móvil (Responsive Design)
- ➔ Clase 8 – Redacción para la Web
- ➔ Clase 9 – SEO de contenidos
- ➔ Clase 10 – Proyecto Final Integrador
- ➔ Clase 11 – Introducción a Google AdWords
- ➔ Clase 12 – Configurar una campaña de AdWords
- ➔ Clase 13 – Medir y optimizar el rendimiento
- ➔ Clase 14 – Herramientas de AdWords
- ➔ Clase 15 – Repaso
- ➔ Clase 16 – Examen Fundamentos de AdWords
- ➔ Clase 17 – Introducción a la Red de Display de Google
- ➔ Clase 18 – Configuración de una campaña en la Red de Display
- ➔ Clase 19 – Orientación en la Red de Display de Google



- Clase 20 – Medir y optimizar el rendimiento en la Red de Display
- Clase 21 – Repaso
- Clase 22 – Examen Red de Display
- Clase 23 – Introducción a la analítica digital
- Clase 24 – Introducción a Google Analytics
- Clase 25 – Introducción a la interfaz de Google Analytics
- Clase 26 – Informes de audiencia y adquisición
- Clase 27 – Informes de comportamiento y conversiones
- Clase 28 – Modelos de atribución, informes globales
- Clase 29 – Examen Google Analytics

OBJETIVOS DE LA DIPLOMATURA:

- Aprender a posicionar una propiedad digital en buscadores.
- Aprender a identificar las palabras clave para nuestro negocio mediante la técnica de keywords o search.
- Entender la importancia del concepto de responsive design para buscadores.
- Conocer las técnicas y herramientas para trabajar el SEO en buscadores.
- Comprender la diferencia entre SEO y SEM y saber poner en marcha las diferentes campañas.
- Comprender cómo funcionan las subastas de Google AdWords.
- Optimizar nuestras campañas para conseguir costos más bajos.
- Aprender qué es y para qué sirve la analítica web.
- Comprender el flujo de visitas en un sitio web.
- Utilizar y manejar distintos tipos de informes.