

PROGRAMA ESPECIALIZADO EN  
**SEO, SEM Y  
SOCIAL MEDIA**



INICIO: 2 de setiembre



**DURACIÓN:**

48 horas



**MODALIDAD:**

Virtual  
sincrónica



**HORARIO:**

Martes y jueves  
7:00 p. m. a 10:00 p. m.



**CERTIFICACIÓN:**

A nombre de la Escuela  
de Posgrado USIL

**APLICACIÓN  
PRÁCTICA**

Proyecto Integrador  
Desarrollo de un plan  
estratégico de SEO, SEM  
y social media.

**CONFERENCIA  
INTERNACIONAL**

*Marketing automation.*

## Descripción del programa

El programa está diseñado para fortalecer las estrategias digitales de cualquier marca o empresa, optimizando su visibilidad y su capacidad de captar clientes en un entorno altamente competitivo. A través de este programa, adquirirás herramientas y conocimientos para mejorar el posicionamiento en buscadores, crear contenido atractivo y conectar efectivamente con tu audiencia en redes sociales. Además, aprenderás a gestionar campañas con presupuestos limitados y a fomentar una cultura de crecimiento constante. Al finalizar, estarás listo para enfrentar los desafíos del marketing digital y alcanzar los objetivos de tu organización. De hecho, un estudio de HubSpot muestra que las empresas que priorizan el marketing de contenidos logran una tasa de conversión hasta 6 veces mayor que aquellas que no lo hacen, lo que subraya la efectividad de estas estrategias.





## Serás capaz de

1

Comprender y evaluar el rendimiento de campañas de SEO y SEM, identificando oportunidades de optimización.

2

Identificar y analizar métricas clave en marketing de contenidos, como tiempo en el sitio, tasa de rebote y nivel de *engagement*.

3

Evaluar la eficacia de una estrategia integrada de marketing de contenidos y su cumplimiento de los KPIs establecidos.

4

Diseñar estrategias de marketing de contenidos aplicables a diversos sectores, promoviendo su implementación efectiva.



## Perfil del participante

Este programa está dirigido a profesionales de marketing, comunicación y usuarios que deseen mejorar sus prácticas digitales. Además, es ideal para emprendedores que buscan comprender cómo utilizar estrategias digitales para aumentar el tráfico a sus sitios *web* y generar *leads*.

## Requisitos de admisión

- ▶ Copia o foto de DNI (ambos lados).
- ▶ Ficha de inscripción.
- ▶ Acuerdo de matrícula.
- ▶ Experiencia laboral mínima de un año.

# Skills

Al finalizar el programa dominarás las siguientes competencias:

- ▶ Técnicas de optimización SEO.
- ▶ Ajuste y optimización de campañas SEM.
- ▶ Estrategias avanzadas en Google Ads.
- ▶ Toma de decisiones analíticas.
- ▶ Creación de contenido.
- ▶ Creación de campañas en Google Ads.
- ▶ Evaluación y aplicación de herramientas digitales.
- ▶ Plan estratégico de SEO, SEM y *Social Media*.

# Por qué somos diferentes



Durante el programa diseñarás una estrategia de SEO, SEM y *social media*, desde la investigación de palabras clave hasta la creación de contenido de alto impacto. Obtendrás las herramientas y conocimientos necesarios para aumentar tu tráfico orgánico, mejorar tu posicionamiento en buscadores y generar *leads* de calidad.



# Ruta de aprendizaje

**1**

**Estrategias de SEO.**

**Estrategias de SEM.**

**2**

**3**

**Content Marketing y Social Media.**

**Proyecto Integrador**  
Desarrollo de un plan estratégico  
de SEO, SEM y social media.

**Conferencia Internacional:**  
*Marketing automation.*

**Potencia tu liderazgo y empleabilidad accediendo a los *workshops* exclusivos para nuestros estudiantes.**

- ▶ Marca personal digital
- ▶ Networking
- ▶ LinkedIn
- ▶ Entrevistas efectivas

La Conferencia Internacional y los *workshops* son opcionales, a los que nuestros alumnos pueden acceder libremente hasta tres meses después de haber finalizado las clases de su programa.

# Cursos

## Estrategias de SEO

Este curso proporciona una comprensión integral de las estrategias y técnicas esenciales para optimizar un sitio *web* y mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda.

### ► Fundamentos de SEO

- Conceptos y principios básicos del SEO.
- Principales cambios algorítmicos en Google.
- Investigación de palabras clave (*keyword research*) por medio de herramientas gratuitas (Google Trends, Soovle, SeoQuake, MetaSEO Inspector, entre otros).
- Análisis de la competencia SEO.
- Optimización *on-page*: títulos, descripciones, titulares, subtítulos, imágenes, contenido textual, estructura de URL y enlaces internos.
- Exploración de información de Search Console para potenciar nuestra estrategia SEO.
- Uso de Looker Studio para mostrar información SEO de forma más intuitiva.

### ► Optimización de SEO técnico (SEO *on-page*)

- Técnicas de optimización de rastreo e indexación para los algoritmos de Google (*tags* de indexación, *canonical tag*, robots TXT, *sitemaps* XML, *sitemap* HTML, Uso de *data* estructurada Schema.org, estatus técnico de páginas, entre los principales).
- Técnicas de optimización de *performance* móvil (actualización de hojas de estilo, *scripts*, formatos y pesos de imágenes, DOM, entre las principales acciones).
- Uso de herramientas Screaming Frog y PageSpeed Insights de Google para identificar oportunidades de mejora técnica.
- Empleo de inteligencia artificial en una estrategia SEO.

### ► Optimización de perfil de enlaces entrantes/*backlinks* (SEO *off-page*)

- Análisis de perfil de enlaces entrantes propio y de los competidores.
- Principales maneras de crear enlaces entrantes de calidad.
- Detección de páginas propias y desactivadas con enlaces entrantes por aprovechar.
- Maneras de detectar SEO negativo por medio de enlaces entrantes y cómo combatirlo con Search Console.
- Técnicas de *black hat* SEO relativas a enlaces entrantes y con potencial de penalización por parte de Google.

### ► Analítica y estrategia Integrada

- Métricas clave para evaluar el desempeño SEO por Google Analytics 4.
  - Tendencias en SEO relativas a resultados de búsquedas hechas con descripciones de inteligencia artificial.
  - Tendencias en SEO relativas a búsquedas por voz.
  - Estrategia Integrada de marketing digital con SEO.
- Trabajo aplicado: desarrollo de una estrategia SEO completa para un sitio *web*.

## Estrategia de SEM

Este curso se centra en las estrategias y técnicas para crear y optimizar campañas de publicidad pagada en motores de búsqueda.

### ► Fundamentos de SEM

- Conceptos y principios básicos del SEM.
- Investigación de palabras clave para SEM.
- Creación de campañas en Google Ads.

### ► Optimización de campañas SEM

- Ajuste y optimización de campañas.
- Análisis de rendimiento de campañas SEM.
- Estrategias avanzadas en Google Ads.
- Configuraciones avanzadas en Ads y Google Ads Editor; Google Ads vs Google Ads Editor.

### ► Herramientas y técnicas de SEM

- Uso de Google Ads, Google Analytics, Google Keyword Planner.
- Medición y análisis de resultados.
- Optimización continua y mejora de estrategias SEM.

### ► Estrategias y *frameworks* para elección de *keywords*.

- Trabajo aplicado: creación y optimización de una campaña SEM para un producto o servicio específico.

## Content Marketing y Social Media

En este curso, los participantes aprenderán a desarrollar y ejecutar una estrategia efectiva de marketing de contenidos orientado a las redes sociales.

### ► Fundamentos de *content marketing*

- Definición y evolución del marketing de contenidos.
- Investigación y análisis de audiencia: definición de *buyer personas*.
- Desarrollo de la propuesta de valor y creación del plan estratégico.

### ► Creación y distribución de contenidos

- Tipos de contenidos: blogs, videos, infografías, *podcasts*.
- Estrategias de *copywriting* y *storytelling*.
- Plataformas y canales de distribución: redes sociales, email marketing.

### ► Medición y análisis en *content marketing*

- Herramientas de analítica digital: Google Analytics, HubSpot.
- Métricas y KPI para evaluar el desempeño del contenido.
- Informes y *dashboards* de *content marketing*.

### ► Redes sociales y estrategias de social media.

### ► Comunicación en el entorno digital y reputación.

### ► Reporte de social media.

— Trabajo aplicado: diseño y estrategia de contenido con inteligencia generativa.

## Proyecto Integrador: Desarrollo de un plan estratégico de SEO, SEM y social media

Fase clave donde se alinean todas las estrategias aprendidas.

---

La EPG-USIL se reserva el derecho de cancelar o modificar las fechas de sus programas y comunicarlas con la debida anticipación.

Una vez iniciadas las clases no se podrá solicitar la devolución de la primera cuota.

---

El dictado de clases del programa se iniciará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecido por USIL.

Para la entrega de certificados son requisitos indispensables alcanzar una nota mínima de 11 en cada uno de los cursos del programa, no haber superado el 30 % de inasistencias y haber cancelado la inversión económica total del programa.

# Profesores *practitioners*



## Jesús Rodolfo Puelles Romaní

*Digital media manager en iO – banco 100% digital del BCP.*

- ▶ Tiene más de 10 años de experiencia elaborando estrategias de venta en canales digitales, *growth hacking* y *branding*. Trabajó principalmente en el rubro de banca, finanzas en bancos como Interbank, Sura, BBVA y actualmente BCP. También laboró en el rubro *retail*, en Cencosud, y agencias de publicidad digital como Wunderman.
- ▶ Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la PUCP.
- ▶ Cuenta con un Máster en Marketing y Ventas en EAE Business School y actualmente cursa el máster en Innovación y Negocios digitales en ESADE Business School. Certificado y con experiencia. Especializaciones en marketing digital, metodologías ágiles y estrategias de *growth marketing*.



## Estuardo Alfonso Escobar Sabogal

Director de Marketing y Gestión Comercial en la Universidad Privada San Juan Bautista y es fundador de Amik Group, agencia que ha prestado servicios a clientes privados y gubernamentales (Tritón Trading, Consejeros Corredores de Seguros, Centro Dermatológico Ballesteros, Municipalidad de Santiago de Surco, Gobierno Regional de Tumbes, entre otros).

- ▶ Cuenta con más de 13 años de experiencia en estrategias de marketing tradicional y digital, especializado en impulsar el crecimiento de ventas a través de la publicidad.
- ▶ Maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico por la OBS School en España, diversos diplomados y certificaciones oficiales en Marketing Digital y Community Management, así como formación académica en Marketing por USIL.



## Javier Saldarriaga Velasquez

SEO Manager en BBVA.

- ▶ Cuenta con amplia experiencia en el desarrollo de estrategias SEO globales, optimización de contenido e integración de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial.
- ▶ Se desempeñó como SEO Specialist en BBVA, Especialista SEO en Havas Media, Responsable de la estrategia Seo en Wunderman Thompson y fue responsable de la estrategia SEO para los Juegos Panamericanos Lima.
- ▶ Licenciado en Administración y Marketing, Universidad ESAN.
- ▶ Diplomado en Marketing Digital, ISIL.
- ▶ Programa de Especialización en Gestión de Marketing Aplicado, Universidad del Pacífico.

---

La EPG-USIL se reserva el derecho de modificar su plana docente, ya sea por motivos de fuerza mayor o por disponibilidad del profesor, sin afectar la calidad académica del programa.





## Más información

📞 981 458 741

✉ informes.epg@usil.edu.pe

📘 @usileducacionejecutiva

🌐 EPGUSIL

#EducaciónEjecutivaUSIL

[epg.usil.edu.pe](http://epg.usil.edu.pe)

