



Módulo 1. SEO hoy: qué cambió con la IA

- Qué sigue siendo SEO y qué ya no
- Cómo funciona la búsqueda en 2025 (Google, IA generativa y buscadores híbridos)
- Resultados tradicionales vs respuestas generadas por IA
- SEO como estrategia de visibilidad, no solo tráfico
- Mentalidad de negocio y toma de decisiones

Módulo 2. Definición del proyecto y objetivos reales

- Definición de objetivos SMART orientados a negocio
- KPIs que sí importan hoy (más allá de ranking)
- Search intent y user journey
- Análisis de mercado y competencia con y sin IA
- Auditoría inicial del proyecto (contenido, técnica y autoridad)

Módulo 3. Fundamentos técnicos

- Dominio, DNS, hosting y rendimiento
- Arquitectura web orientada a SEO
- Front-end y back-end: lo esencial
- HTML semántico y jerarquía de contenido
- CMS y WordPress hoy
- Plugins útiles (SEO, performance, seguridad)
- Core Web Vitals y experiencia de usuario

Módulo 4. Contenido SEO en tiempos de IA

- Cómo piensan Google y los modelos de lenguaje
- EEAT: experiencia, autoridad y confianza
- Contenido útil vs contenido genérico generado por IA
- Clusters de contenido y topical authority
- Búsqueda de keywords con enfoque semántico
- Redacción SEO asistida por IA (sin perder criterio)
- Cuándo usar IA y cuándo no
- Optimización de metadatos con intención real

Módulo 5. SEO + IA: uso inteligente (no automático)

- Modelos del lenguaje como asistentes, no como estrategas
- Prompts útiles para:
 - investigación
 - estructura de contenidos
 - briefings editoriales
 - optimización
- Riesgos del contenido generado por IA

- Cómo diferenciarte cuando “todos usan IA”
- Flujos de trabajo híbridos (humano + IA)

Módulo 6. Autoridad, enlaces y visibilidad externa

- Linkbuilding hoy: qué funciona y qué ya no
- Autoridad temática vs cantidad de enlaces
- Enlaces editoriales y PR digital
- SEO local y Google Business Profile
- Señales externas que fortalecen el posicionamiento

Módulo 7. Herramientas actuales para SEO

- Google Search Console (lectura estratégica)
- Google Analytics 4 (qué sí mirar)
- Keyword Planner y herramientas semánticas
- SEMrush / alternativas actuales
- Herramientas de IA para SEO
- Cómo elegir herramientas según el proyecto (y no por moda)

Módulo 8. Medición, reportes y toma de decisiones

- Interpretación de datos (no solo reportes)
- Qué reportar a clientes o equipos directivos
- Expectativas empresariales vs realidad SEO
- Detección de errores comunes
- Ajustes estratégicos y mejora continua

Módulo 9. Casos reales y errores frecuentes

- Por qué muchos proyectos “bien optimizados” no rankean
- Problemas internos: contenidos, tiempos, comunicación
- Reestructuración SEO sin rehacer todo
- SEO para marcas personales, autores y pymes
- Qué hacer cuando el tráfico no convierte

LETRAS LAETAS

Más información:

www.letraslaetas.com
contacto@letraslaetas.com

Letras Laetas. © Todos los derechos reservados.