

GEO (OPTIMIZACIÓN DE MOTORES GENERATIVOS)



Duración: 60 horas

Modalidad: Teleformación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender qué es GEO y en qué se diferencia del SEO tradicional.
- Identificar cómo funcionan los motores generativos y cómo “leen” la información.
- Diseñar contenidos optimizados para ser citados por IA generativa.
- Aplicar técnicas de autoridad, contexto y estructuración semántica.
- Optimizar marcas, cursos y negocios digitales para entornos de IA.



- Medir y evaluar la visibilidad en motores generativos.
- Integrar GEO en estrategias de marketing digital y contenidos.
- Anticiparse a la evolución de buscadores basados en IA.



ÍNDICE

TEMA 1 INTRODUCCIÓN A GEO

- Qué es GEO (Generative Engine Optimization)
- Diferencias entre SEO, SXO y GEO
- Por qué el SEO tradicional ya no es suficiente
- Cambios en el comportamiento del usuario
- Casos reales de respuestas generadas por IA

TEMA 2 CÓMO FUNCIONAN LOS MOTORES GENERATIVOS

- Qué son los LLM (Large Language Models)
- Cómo “razonan” y seleccionan información
- Entrenamiento, contexto y recuperación de datos
- RAG (Retrieval-Augmented Generation)
- Fuentes fiables vs. ruido digital

TEMA 3 FUNDAMENTOS DE OPTIMIZACIÓN GEO

- Lenguaje natural y claridad semántica
- Autoridad temática y especialización
- Importancia del contexto y la intención
- Estructura de contenido “amigable para IA”
- Redacción orientada a respuestas, no a clics



TEMA 4 CONTENIDOS QUE POSICIONAN EN IA

- Contenido explicativo y educativo
- FAQs avanzadas y preguntas conversacionales
- Contenido evergreen vs. efímero
- Uso de ejemplos, pasos y definiciones claras
- Errores comunes que penalizan en GEO

TEMA 5 AUTORIDAD, MARCA Y CONFIANZA

- EEAT adaptado a GEO (experiencia, especialización, autoridad, confianza)
- Importancia de la marca personal y corporativa
- Señales de credibilidad para IA
- Consistencia en múltiples fuentes
- Reputación digital y menciones

TEMA 6 GEO APLICADO A NEGOCIOS

- Textos comerciales compatibles con IA
- GEO para ecommerce, servicios y consultoría
- Casos prácticos sectoriales

TEMA 7 MÉTRICA, SEGUIMIENTO Y FUTURO DE GEO

- Cómo medir visibilidad en motores generativos
- Indicadores cualitativos y cuantitativos
- Herramientas actuales y limitaciones
- Tendencias: buscadores sin enlaces
- Prepararse para la evolución del marketing con IA