

Posicionamiento en la Web para el Emprendimiento

Objetivos Didácticos

Aplicar técnicas de posicionamiento de páginas web a la hora de emprender un negocio, tanto las correspondientes al posicionamiento natural o SEO, como la creación de campañas de publicidad online (SEM), a la vez que aprender a ejecutar acciones que hagan que un nuevo negocio se sitúe entre los primeros puestos en los resultados de las búsquedas que realizan los usuarios en Google, Yahoo, MSN y otros buscadores, y obtener los conocimientos básicos para diseñar una web 3.0 como estrategia para dar mayor presencia a un negocio.

Requisitos previos

Trabajadores ocupados de cualquier sector, autónomos o trabajadores en ERTE, ERE o ERETE. Participantes desempleados (plazas limitadas) inscritos como demandantes de empleo en los Servicios Públicos de Empleo.

Participantes Prioritarios: mujeres, los menores de 30 años, los mayores de 45 años, las personas con discapacidad, los parados de larga duración, los trabajadores de Pymes, los trabajadores con contrato a tiempo parcial y trabajadores con contrato temporal, los trabajadores afectados por expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE), los trabajadores incluidos en expedientes de regulación de empleo (ERE) y los trabajadores de empresas en procedimiento de regulación de empleo no afectados por expedientes de regulación temporal de empleo (ERETE) o no incluidos en expedientes de regulación de empleo (ERE).

Metodología

Online-Live (OLL). Aula Virtual

Duración

90 horas

Contenidos

1. CÓMO POSICIONAR PÁGINAS WEB CUANDO SE EMPRENDE UN NEGOCIO
 - 1.1. Posicionamiento en buscadores de empresas de nueva creación.
 - 1.1.1. Buscadores y directorios.
 - 1.1.2. Relevancia de los resultados.
 - 1.1.3. Tráfico cualificado.
 - 1.1.4. Técnicas penalizables de posicionamiento.
 - 1.2. Palabras clave.
 - 1.2.1. La importancia de las palabras clave.
 - 1.2.2. Analizar el tráfico que recibe el sitio web.
 - 1.3. ¿Dónde utilizar las palabras clave?
 - 1.3.1. Dominio y URL.
 - 1.3.2. El título de la página. Encabezados y texto de la página.
 - 1.3.3. Las etiquetas meta.
 - 1.4. Enlaces (I).
 - 1.4.1. Enlaces internos.
 - 1.4.2. Conseguir enlaces externos. Alta en directorios.
 - 1.5. Enlaces (II).
 - 1.5.1. Marcadores sociales. Intercambio de enlaces.
 - 1.5.2. Enlaces que penalizan.
 - 1.5.3. Mapa del sitio (Sitemap).
 - 1.6. Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa.
 - 1.6.1. Imágenes.
 - 1.6.2. Flash.
 - 1.6.3. La librería SWFObject.
 - 1.6.4. El archivo robots.txt
2. EL EMPRENDEDOR COMO ANALISTA WEB: CÓMO DISEÑAR UNA WEB Y MEDIR EL TRÁFICO CON GOOGLE ANALYTICS
 - 2.1. Diseño y Usabilidad de la página Web del nuevo negocio Online.
 - 2.1.1. Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.
 - 2.1.2. Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.
 - 2.1.3. Prácticos: Aplicaciones de software disponibles.
 - 2.1.4. Caso real: Virtual Shop.
 - 2.1.5. Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice.
 - 2.1.6. Caso Real: Concepción de un negocio online.
 - 2.1.7. Caso práctico resuelto.
 - 2.2. Gestión de Blog Corporativo.
 - 2.2.1. Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.
 - 2.2.2. El Blog en la estrategia online: Facebook Connect, etc.
 - 2.2.3. Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso.
 - 2.2.4. Cómo crear un blog con Wordpress, paso a paso.
 - 2.2.5. Caso práctico resuelto.
 - 2.3. Marketing 3.0.
 - 2.3.1. Value Management: Prepararse para el Marketing 3.0.
 - 2.3.2. Co-Creation: El cliente como creador del producto.
 - 2.3.3. Comunidades 3.0: Comunicación Cliente-Cliente.
 - 2.3.4. Creación de campañas de Comunicación en la Web Semántica.
 - 2.3.5. Ejemplo Real: Nuestra marca y su ADN social.
 - 2.3.6. Ejercicio Práctico: Crear una estrategia de Marketing dinámica 3.0.