

Formación Empresarial

Programas de Grado

Programas de Posgrado

Feb – Abr 2019

MODALIDAD ONLINE

Del 18/02 al 17/04

Fechas y horas

Total: 90 horas

Inscripción e información

[Área Formación Empresarial](#)

Tel. 948 131 460

Formación
subvencionada

COMM061PO Posicionamiento en la web para el emprendimiento

Objetivos:

❑ Objetivo general:

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.

Contenidos formativos:

1. COMO 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
 - 1.4.3. Mapa del sitio (Sitemap)



1.5. Enlaces (II)

- 1.5.1. Marcadores sociales. Intercambio de enlaces
- 1.5.2. Enlaces que penalizan

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 connet, 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



Metodología:

La exposición teórica de contenidos constituye la base imprescindible para poder desarrollar posteriormente los ejercicios prácticos que permitirán a los alumnos aplicar lo expuesto a cada caso particular.

Estas exposiciones serán intercaladas de manera continua con ejercicios, con el fin de mejorar la implicación, atención y adquisición paulatina de hábitos y comportamientos necesarios para conseguir los objetivos operativos descritos.

Dirigido a: Personas preferentemente ocupadas.

Ponente: Profesorado Foro Europeo