TÍTULO: Posicionamiento En La Web Para El Emprendimiento

HORAS: 90

OBJETIVOS:

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:

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