

The background features abstract geometric shapes in teal and light gray. A large teal shape is at the top right, and a light gray shape is at the top left. The bottom of the page is also decorated with teal and light gray geometric patterns.

Guía didáctica

COMM061PO. Posicionamiento en la web para el emprendimiento

INTRODUCCIÓN

Existen más de 1.500 millones de páginas web en el mundo. Estar presente en una web no es suficiente, se debe visibilizar nuestro sitio si queremos atraer clientes potenciales a nuestro negocio ya que la competencia es feroz. Estar en la red es esencial para los negocios, profesionales y para cualquier entidad, debido al auge de las redes sociales.

Para ello es necesario generar visitas que se consiguen gracias a la optimización de las técnicas del marketing digital.

El posicionamiento web en los buscadores es primordial para tener éxito con una página, tienda de comercio o blog. No sirve de nada tener una página web que no aparece entre los primeros resultados de Google al hacer una búsqueda.

Tener optimizado un sitio web permite que los usuarios encuentren una página al buscar por un término concreto y lógico para la naturaleza la página.

Los buscadores también conocidos como 'motores de búsquedas', son sistemas que encuentran archivos almacenados en los servidores web.

Teniendo en cuenta estas premisas, el posicionamiento en buscadores hace referencia a un proceso donde realizaremos cambios en nuestra página web para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda.

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.

CONTENIDO FORMATIVO

COMM061PO	Posicionamiento en la web para el emprendimiento	90 horas
UA1	<p>Cómo posicionar páginas web cuando se emprende un negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción y objetivos • Posicionamiento en buscadores de empresas de nueva creación • Buscadores y directories • Relevancia de los resultados • Tráfico cualificado • Técnicas penalizables de posicionamiento • Palabras clave • La importancia de las palabras clave • Analizar el tráfico que recibe el sitio web • ¿Dónde utilizar las palabras clave? • Dominio y URL • El título de la página. Encabezados y texto de la página • Las etiquetas de meta • Enlaces (I) • Enlaces internos • Conseguir enlaces externos. Alta en directories • Enlaces (II) • Marcadores sociales. Intercambio de enlaces • Enlaces que penalizan • Mapa del sitio (Sitemap) • Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa • Imágenes • Flash • La librería SWFObject • El archivo robots.txt 	42,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación 1	0,5
	Actividad de evaluación 2	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	44,5

COMM061PO	Posicionamiento en la web para el emprendimiento	90 horas
UA2	<p>El emprendedor como analista web: cómo diseñar una web y medir el tráfico con Google Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción y objetivos • Diseño y Usabilidad de la página Web del nuevo negocio Online. • Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc. • Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida. • Prácticos: Aplicaciones de software disponibles. • Caso real: Virtual Shop. • Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice. • Caso Real: Concepción de un negocio online. • Caso práctico resuelto. • Gestión de Blog Corporativo. • Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente. • El Blog en la estrategia online: Facebook Connect, etc. • Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso. • Cómo crear un blog con Wordpress, paso a paso. • Caso práctico resuelto. Marketing 3.0. • Value Management: Prepararse para el Marketing 3.0. • Co-Creation: El cliente como creador del producto. • Comunidades 3.0: Comunicación Cliente-Cliente. • Creación de campañas de Comunicación en la Web. Semántica. • Ejemplo Real: Nuestra marca y su ADN social. • Ejercicio Práctico: Crear una estrategia de Marketing dinámica 3.0. 	41,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	3
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	45
	Prueba final de evaluación	0,5