



# Guía didáctica

COMM061PO. Posicionamiento en la web para el emprendimiento

## INTRODUCCIÓN

Al hablar de posicionamiento nos referimos al lugar en el que aparece un sitio web en los resultados cuando un usuario hace una búsqueda de unos términos concretos.

Cualquier emprendedor, tiene que conocer y saber hacer uso del posicionamiento SEO, ya que es un proceso enfocado a situar una determinada página web en las primeras posiciones de las páginas de los resultados de búsqueda.

Es por ello que, a lo largo de este curso, el alumno va a conocer las más relevantes técnicas de posicionamiento SEO, las acciones que penalizan, los métodos para conseguir tráfico en la web y aumentar la visibilidad de las páginas web en proyectos emprendedores, entre otras cosas.

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

| COMM061PO                        | Posicionamiento en la web para el emprendimiento   | 90 horas        |
|----------------------------------|--|-----------------|
| UA2                              | <p><b>El emprendedor como analista web: cómo diseñar una web y medir el tráfico con Google Analytics</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y Usabilidad de la página Web del nuevo negocio Online.</li> <li>• Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.</li> <li>• Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.</li> <li>• Prácticos: Aplicaciones de software disponibles.</li> <li>• Caso real: Virtual Shop.</li> <li>• Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice.</li> <li>• Caso Real: Concepción de un negocio online.</li> <li>• Caso práctico resuelto.</li> <li>• Gestión de Blog Corporativo.</li> <li>• Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.</li> <li>• El Blog en la estrategia online: Facebook Connect, etc.</li> <li>• Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso.</li> <li>• Cómo crear un blog con Wordpress, paso a paso.</li> <li>• Caso práctico resuelto.</li> <li>• Marketing 3.0.</li> <li>• Value Management: Prepararse para el Marketing 3.0.</li> <li>• Co-Creation: El cliente como creador del producto.</li> <li>• Comunidades 3.0: Comunicación Cliente-Cliente.</li> <li>• Creación de campañas de Comunicación en la Web Semántica.</li> <li>• Ejemplo Real: Nuestra marca y su ADN social.</li> <li>• Ejercicio Práctico: Crear una estrategia de Marketing dinámica 3.0.</li> </ul> | 43              |
|                                  | Cuestionario de autoevaluación   | 0,5             |
|                                  | Actividad de evaluación 3  | 1               |
|                                  | <b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>  | <b>44,5</b>     |
|                                  | <b>Prueba final de evaluación</b>  | <b>1</b>        |
| <b>2 unidades de aprendizaje</b> |  | <b>90 horas</b> |