

POSICIONAMIENTO WEB

CURSO DE INICIACIÓN

DEL COMERCIO TRADICIONAL

AL COMERCIO 2.0

DIRIGIDO a profesionales de PYME y AUTÓNOMOS que quieran actualizar sus conocimientos, optimizar su trabajo y mejorar sus resultados.
A profesionales inquietos interesados en conocer el nuevo entorno de medios sociales.

ORGANIZA:



DIRIGIDO a profesionales en Tecnologías de la Información y la Comunicación de cualquier tipo de PYME del sector del COMERCIO (siempre que no tengan la consideración de gran empresa ni se trate de administraciones públicas) que quieran actualizar sus conocimientos y descubrir, de una forma fácil y sencilla, las nuevas herramientas tecnológicas y medios de comunicación social disponibles para optimizar su trabajo. Profesionales TIC interesados en conocer el nuevo entorno de medios sociales en el que se desarrollan los nuevos mercados y hacia el que convergen los más tradicionales.

SUBVENCIONADO por el Plan Avanza2 del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el Fondo Social Europeo para trabajadores de PYME (siempre que no tenga la consideración de gran empresa ni se trate de administración pública). Los trabajadores justificarán que desempeñan o van a desempeñar como consecuencia de la formación recibida, puestos de trabajo relacionados con TIC.

OBJETIVO: ofrecer al alumno nociones acerca de cómo optimizar el posicionamiento de una web. La optimización de un sitio web se basa en aprender cómo mejorar la posición de una web en los resultados de búsqueda que muestran los buscadores. En este curso conocerás las principales técnicas de posicionamiento de páginas web, tanto las correspondientes al posicionamiento natural o SEO, que persiguen mejorar el contenido del sitio web y su popularidad en Internet; como la creación de campañas de publicidad online (SEM), para lo que se utiliza Google AdWords. El objetivo de este posicionamiento es conseguir el mejor ranking posible en los resultados de las búsquedas que realizan los usuarios en Google, Yahoo, MSN y otros buscadores para obtener tráfico cualificado. Cabe remarcar que los conocimientos que se detallan no son una ciencia cierta, ya que los algoritmos que utilizan los buscadores no son públicos y están en constante cambio, además es que se basan sobretodo, en técnicas comprobadas en Google. -¿A quién va dirigido? A aquellas personas que deseen aprender a posicionar su web en buscadores mediante las técnicas y estrategias SEO y SEM.

FICHA TÉCNICA

Formato: online

Duración: 100 horas a través de plataforma de e-learning

Horario online: horario de conexión libre durante 8 semanas

Información: FEVALCO 963 922 444 · info@fevalco.org

MATRÍCULA

Para CUMPLIMENTAR debidamente la matrícula GRATUITA es necesario que el alumno aporte escaneado por mail a info@fevalco.org la siguiente documentación:

1. Ficha solicitud de inscripción
2. Copia DNI
3. Cabecera de la última nómina para Pymes o recibo de autónomo
4. Certificado TIC

Estos documentos los podrá encontrar en la web de Fevalco (www.fevalco.org)

DIPLOMA ACREDITATIVO

FEVALCO emitirá los certificados de asistencia y de aprovechamiento a los alumnos que superen las pruebas que se realizarán a través de la plataforma online. El cuestionario de evaluación abordará los principales temas tratados durante la celebración del curso, focalizado principalmente hacia una vocación práctica.

Estos diplomas contarán con los logotipos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Plan Avanza y Fondo Social Europeo

TUTORIZACIÓN

Los alumnos podrán contactar con el tutor del curso a través de la plataforma de formación:: foros temáticos, chat y mensajes privados

PROGRAMA POSICIONAMIENTO WEB

1 Introducción a Internet

- 1.1 Introducción
- 1.2 Un poco de historia
- 1.3 Qué es un buscador y su funcionamiento
- 1.4 Modos de búsqueda en Internet
- 1.5 Práctica - Diferencia entre un buscador y un directorio
- 1.6 Cuestionario: Introducción a Internet

2 Cómo funciona el posicionamiento

- 2.1 Cómo rastrea Internet
- 2.2 Cómo hacer para que se indexen mis páginas
- 2.3 Cómo lee un buscador un sitio Web
- 2.4 Organización de un SERP
- 2.5 Elementos para fomentar la entrada de un robot en nuestra Web
- 2.6 Puedo evitar ser rastreado
- 2.7 Práctica - Diferencia existe entre los resultados orgánicos y de pago
- 2.8 Cuestionario: Cómo funciona el posicionamiento

3 Importancia del dominio y elección de palabras claves

- 3.1 El dominio
- 3.2 Cómo crear palabras claves
- 3.3 El concepto de popularidad
- 3.4 Elección de los términos clave o Keywords
- 3.5 Elección del hosting y el efecto sobre el posicionamiento
- 3.6 Práctica - Comprobar la antigüedad de un dominio
- 3.7 Cuestionario: La importancia del dominio y la elección de palabras clave

4 Herramientas de optimización y evaluación

- 4.1 Primer paso
- 4.2 Herramientas de analítica Web
- 4.3 Práctica - Análisis de una Web
- 4.4 Cuestionario: Herramientas de optimización y evaluación

5 Optimiza el diseño y la programación de su Web

- 5.1 Rastreo de un sitio Web
- 5.2 Elementos On-Page
- 5.3 Robots, nofollows y otros
- 5.4 Mapa del sitio
- 5.5 URL amigable
- 5.6 Linking interno
- 5.7 Programación en CSS
- 5.8 Práctica - Análisis de una Web según criterios de SEO
- 5.9 Cuestionario: Optimizar el diseño y programación de nuestra Web

6 Los contenidos de su Web

- 6.1 Contenidos
- 6.2 Elementos externos - link building
- 6.3 Elementos no reconocidos en el contenido
- 6.4 Lo que no hay que hacer
- 6.5 El efecto Sandbox
- 6.6 Optimización para varios buscadores
- 6.7 Práctica - Posicionamiento de un texto en la Web
- 6.8 Cuestionario: El contenido de nuestra Web

7 SEM o Marketing en buscadores

- 7.1 SEM
- 7.2 Adwords
- 7.3 Publicidad contextual - Adsense
- 7.4 Cómo elegir la palabra clave
- 7.5 Organizar una campaña
- 7.6 Práctica - Campaña de Adwords
- 7.7 Cuestionario: SEM o Marketing en buscadores

8 Web 2.0

- 8.1 Características principales de la Web 2.0
- 8.2 Los blogs
- 8.3 Microblogs
- 8.4 Práctica - Creación de un blog
- 8.5 Práctica - Facebook - Twitter
- 8.6 Cuestionario: La Web 2.0

9 Resumiendo claves de SEO

- 9.1 Experiencia del usuario
- 9.2 Contenidos
- 9.3 Indexación
- 9.4 Potencia para nuestro sitio Web
- 9.5 Captación de tráfico para nuestra Web
- 9.6 Cuestionario: Resumiendo clave de SEO
- 9.7 Cuestionario: Cuestionario final de Posicionamiento Web

ORGANIZA: FEVALCO

La FEDERACIÓN VALENCIANA DE COMERCIO (FEVALCO), es una Organización Profesional con personalidad jurídica propia, de carácter no lucrativo y de libre voluntariedad asociativa, creada para la defensa y representación de los intereses de los empresarios que realicen habitualmente operaciones comerciales y/o de servicios.

COLABORA: OBSERVATORIO DE LOS ESTRATEGAS

El Observatorio de los Estrategas (www.observatoriodelosestrategas.es) es un espacio de debate para el fomento del conocimiento y el estudio de las tendencias. Un espacio de intercambio y aprendizaje donde los participantes comparten las experiencias profesionales y personales que les han ayudado a generar valor en sus respectivos ámbitos de influencia.

El propósito de este formato nace con la pretensión intelectual por desarrollar, integrar y consolidar en las estructuras organizativas de las empresas este tipo de células, de encuentros entre las ideas y las experiencias de valor, con las que fraguar estrategias tangibles adaptadas al mercado real, capaces de generar los resultados anhelados por las organizaciones e instituciones.

Las actividades organizadas por el Observatorio de los Estrategas consisten en sesiones de trabajo que surgen con el fin de profundizar sobre algún tema concreto, sectorial, solicitado por un colectivo o atendiendo a algún tema de actualidad o relevancia suficiente para ser tratado. Estas actividades, reúnen a distintos perfiles de distintos sectores que permiten un análisis profundo del tema. Las conclusiones de estas actividades se transforman en herramientas útiles para el desarrollo profesional de los participantes.