



The background of the slide features a blurred photograph of a person's hands interacting with a smartphone. The phone's screen displays a white interface with several large, semi-transparent circular icons. The overall aesthetic is clean and modern, suggesting a focus on digital communication or technology.

COMM061PO. Posicionamiento en la web para el emprendimiento

Objetivos

□ Objetivos generales

- 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.
- Adquirir nociones básicas sobre posicionamiento web y dar los primeros pasos con SEO.
- Aprender los principios básicos de diseño y análisis web, así como desarrollar habilidades para gestionar un buen blog corporativo.

□ Objetivos específicos

- Comprender los conceptos generales sobre SEO.
- Conocer el funcionamiento de los buscadores, analizando cómo ven e identifican a los sitios webs.
- Entender la importancia del tráfico cualificado.
- Aprender a seleccionar las mejores palabras clave y a ubicarlas en los lugares estratégicos.
- Desarrollar habilidades para generar enlaces a nuestro sitio web y enlazarnos a otros sitios que nos ayuden a mejorar el tráfico web.
- Saber cómo mejorar la autoridad de un sitio web.
- Conocer los contenidos difíciles de posicionar.
- Conocer las diferencias entre diseño y desarrollo web, los pasos previos al diseño, la forma de elegir un proveedor a medida y las aplicaciones de software disponibles. Conocer las ventajas de la usabilidad web.

- Examinar las características del blog corporativo. Aprender a crear un blog con Blogger y con WordPress.
- Entender el concepto de marketing 3.0 y su importancia en la sociedad actual.

Contenidos

COMM061PO. Posicionamiento en la web para el emprendimiento	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Cómo posicionar páginas web cuando se emprende un negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en buscadores de empresas de nueva creación. <ul style="list-style-type: none"> ◦ Buscadores y directorios. ◦ Relevancia de los resultados. ◦ Tráfico cualificado. ◦ Técnicas penalizables de posicionamiento. • Palabras clave. <ul style="list-style-type: none"> ◦ La importancia de las palabras clave. ◦ Analizar el tráfico que recibe el sitio web. • ¿Dónde utilizar las palabras clave? <ul style="list-style-type: none"> ◦ Dominio y URL. ◦ El título de la página. Encabezados y texto de la página. ◦ Las etiquetas meta. • Enlaces (I). <ul style="list-style-type: none"> ◦ Enlaces internos. ◦ Conseguir enlaces externos. Alta en directorios. • Enlaces (II). <ul style="list-style-type: none"> ◦ Marcadores sociales. Intercambio de enlaces. ◦ Mapa del sitio (Sitemap). • Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa. <ul style="list-style-type: none"> ◦ Imágenes. ◦ Flash. ◦ La librería SWFObject. ◦ El archivo robots.txt 	
Examen UA 01	30 minutos
Actividades de Evaluación UA 01	1 hora
Tiempo total de la unidad	46 horas

Unidad 2: El emprendedor como analista web: Cómo diseñar una web y medir el tráfico con Google Analytics.

- Diseño y usabilidad en 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.

Examen UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	43 horas
Examen final	1 hora
2 unidades	90 horas