

POSICIONAMIENTO WEB - 30 HORAS

OBJETIVOS:

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. Se trata de conocer 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.

METODOLOGÍA:

Las acciones formativas se imparten en la modalidad e-learning por lo que se pone a disposición de los alumnos un campus virtual donde desarrollar el proceso de aprendizaje e interactuar con el resto de compañeros/as y el equipo de docentes y/o tutores.

El alumnado usuario podrá elegir sus propios horarios y entrar en la plataforma de formación desde cualquier sitio donde tenga disponible un equipo informático con conexión a internet.

Este curso siguiendo la clasificación de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo se desarrollará bajo la metodología de tele formación, contando con el soporte de un Aula Virtual, cuyos servicios básicos se detallan a continuación.

El aula virtual es un servicio completo de formación on-line del alumno, donde virtualmente se reproduce el entorno real de aprendizaje del alumno en una materia dada, con las ventajas que ofrece la relativa libertad de horarios y disponibilidad física.

Servicios básicos del aula virtual:

Aula de estudio. En este apartado, se realiza el aprendizaje del temario que compone el/los curso/s que está realizando el alumno. Una vez que el alumno elige el curso (dentro de aquellos a los que está inscrito), se le presentan las posibilidades de entrar en:

.Aula de estudio: En esta sección, se dispone del temario que compone el curso, en formato de índice para acceder al capítulo deseado.

.Autotest: Con esta herramienta, el usuario realiza tests del curso seleccionado. Dicho test puede centrarse en un capítulo dado o bien en el temario completo. Las preguntas son de tipo test, a elegir una entre cuatro. Al final del test, se muestran las soluciones de las preguntas mal respondidas, junto a la estadística de aciertos y errores y a la posibilidad de repetir el test.

Estadísticas: en esta sección, el alumno puede ver el estado de su curso: el capítulo cuyos tests ha realizado, con sus puntuaciones, si el curso ha finalizado, la nota final en ese caso, etc.

.Foro: El foro está basado en una comunicación alumno/profesor o alumno/alumno con mensajes de correo. Contiene los siguientes apartados:

.Realizar consulta: Se envía una consulta al foro, y dicha pregunta es respondida por el tutor del alumno. Aparte de esta respuesta, cualquier alumno puede responder, replantear la pregunta, o comentarla en cualquier forma, creándose un árbol de respuestas a una pregunta inicial.

Correo electrónico: En esta sección, el alumno puede remitir emails, tanto a su tutor como al resto de alumnos, además tendrá a su disposición una

bandeja de entrada, otra de salida así como una destinada a los correos eliminados, por si fuera necesaria su consulta durante el desarrollo del curso.

Chat: esta modalidad de consulta on-line permite entrar en contacto directo al alumno con su tutor y con el resto de condiscípulos de ese tutor, si bien no hay impedimento para que un alumno se conecte al chat en horario de otro tutor.

Dicho chat se compone de la ventana de mensajes, donde aparecen los mensajes enviados por los distintos usuarios conectados (en diferente color los tutores), junto con una relación de los usuarios y profesores conectados en ese momento (en una ventana lateral), y, evidentemente, el sitio para crear el mensaje que se lanzará al chat. Los tutores se encuentran siempre on-line en las horas señaladas. Aparte, este servicio está siempre abierto para la comunicación entre alumnos

PROGRAMA:

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 Práctica - Modos de búsqueda
- 1.7 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

POSICIONAMIENTO WEB - 30 HORAS

- 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

CARACTERÍSTICAS DEL CURSO:

El curso tendrá una duración de 30 horas lectivas. Los derechos de matrícula y participación del curso importan 225 €.

DIPLOMA:

A los alumnos que demuestren aprovechamiento y completen el curso, se les otorgará el correspondiente DIPLOMA acreditativo de su participación en el mismo.