

Modalidad: curso e-Learning Duración: 60 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Conocer y manejar las técnicas de posicionamiento web y las aplicaciones de análisis de estadística de acceso al sitio web.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES Buscadores y directorios. Relevancia de los resultados. Tráfico cualificado. Técnicas penalizables de posicionamiento. UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELECCIÓN DE PALABRAS CLAVE La importancia de las palabras clave. Competencia de las palabras clave. Analizar el tráfico que recibe el sitio web. Averiguar qué hace la competencia. UNIDAD DIDÁCTICA 3. ¿DÓNDE UTILIZAR LAS PALABRAS CLAVE? Introducción. Dominio y URL. El título de la página. Encabezados y texto de la página. Las etiquetas. UNIDAD DIDÁCTICA 4. ENLACES (I) Popularidad de un sitio web. Enlaces Internos. Conseguir enlaces externos. Alta en directorios. UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENLACES (ii) Marcadores sociales. Intercambio de enlaces. Enlaces que penalizan. Mapa del sitio (sitemap). UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTENIDOS DIFÍCILES DE POSICIONAR Imágenes. Flash. La librería swfobject. El archivo robots.txt. UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANÁLISIS DE LAS ESTADÍSTICAS DE ACCESO Tipos de aplicaciones de análisis. Introducción a Google Analytics. Google Analytics: usuarios. Google Analytics: Fuentes de tráfico. Google Analytics: contenido. Awstats. UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD ON LINE- GOOGLE ADWORDS Introducción. Registrarse en Google Adwords. Crear una campaña Adwords. Elección de palabras clave y presupuesto. Facturación. UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS DE GOOGLE ADWORDS Estructura de una cuenta Adwords. Seguimiento de una campaña Nivel de calidad. Conversiones. Otras herramientas.

