

TEMARIO CURSOS

1. MICROACTIVIDADE SOBRE POSICIONAMENTO WEB

1.ENFOQUE DA MICROACTIVIDADE

A través desta microactividade preténdese ofrecer as claves e coñecementos necesarios para entender como funcionan os buscadores e que cambios debes implementar na túa web así como as accións que se deben levar a cabo para mellorar o posicionamento (SEO) ou supervisar o posicionamento da tua web por parte dun proveedor.

2.PERFIL DO PÚBLICO AO QUE VAI DIRIXIDA A MICROACTIVIDADE

Esta microactividade está orientada fundamentalmente a aquelas persoas interesadas no posicionamento web e que desexen aprender como posicionar a súa empresa/negocio, etc... abrindo vías de formación e emprego, e coñecendo a realidade do posicionamento web para o emprego de xeito profesional.

3.OBXECTIVOS DA MICROACTIVIDADE

A través desta microactividade búscase acadar os seguintes obxectivos:

- i* Planificar unha estratexia de posicionamento.
- i* Realizar cambios técnicos no teu web.
- i* Medir a eficacia do teu posicionamento.
- i* Investigar o mercado e contextualizar a tua estratexia.
- i* Investigar a estrutura semántica máis eficaz para o teu negocio.
- i* Aumentar as visitas do teu web.
- i* Mellorar a calidade das tuas visitas.
- i* Captar clientes dende o web.
- i* Supervisar accións de posicionamento SEO, e e redes sociais

5. TEMAS A TRATAR DENTRO DA MICROACTIVIDADE

Distinguiremos dúas partes:

PARTE TEORICA:

- i* Cómo indexa Google.
- i* Cómo buscan as persoas.
- i* Cómo determinar a estrutura semantica da tua web.
- i* Internacionalización.
- i* Técnicas eficaces de indexación.

PARTE PRÁCTICA:

Técnica de Posicionamento:

- i* Qué elementos debes cambiar dentro do teu web.
- i* Cómo xenerar enlaces externos (links).
- i* Monotorización do posicionamento:
- i* Cómo seguir a tua posicoin e as da competencia
- i* Cómo utilizar Google Webmasters Tools e outras ferramentas

Optimización del Posicionamiento:

- i* Cómo evaluar a eficiencia
- i* Cómo analizar as tuas visitas con Google Analytics
- i* Cómo persuadir a tus usuarios para que se conviertan en clientes

Casos de estudio