

Programa: Optimización de presencia *online*

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta. Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

- Aprender las técnicas básicas para optimizar un sitio web y sacarle provecho para mejorar sus resultados de negocio.

Objetivos específicos

- Aprender los factores básicos de optimización de SEO para Google.
- Aprender los principios más relevantes en la creación de contenido de su sitio web.
- Conocer cómo mejorar la usabilidad del sitio web y su contenido.
- Entender cómo crear *landing pages* eficaces.

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta *performance*.
- Capacidad de análisis y reflexión: capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento: capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

- Entender cómo optimizar un sitio web para usuarios humanos y motores de búsqueda y cómo se relacionan estas tácticas al aumento de resultados de negocio.

Bibliografía

Anderson Miller, S. (2015). *Inbound Marketing for Dummies*. Nueva York: John Wiley & Son Inc.

Reynolds, M. (2014). *The Marketer's Guide to Mastering Hubspot for Inbound Marketing*. Makati City: Spinweb Productions Inc.

Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Nueva York: John Wiley & Son Inc.

Temario

Módulo 1. Fundamentos de la Optimización de los motores de búsqueda (SEO)

Unidad 1.1 Fundamentos de la optimización de los motores de búsqueda (SEO)

- 1.1.1 ¿Cómo funcionan los motores de búsqueda?
- 1.1.2 Entendimiento de los factores principales para ser relevante en buscadores
- 1.1.3 Técnicas básicas de optimización para SEO
- 1.1.4 Medición de resultados de SEO

Módulo 2. Fundamentos de *blogging* y la creación de contenido

Unidad 2.1 Fundamentos de *blogging* y la creación de contenido

- 2.1.1 El blog como pieza vital de la estrategia de *inbound marketing*
- 2.1.2 Generación de contenido relevante para el blog
- 2.1.3 La integración del blog y su contenido en el ecosistema de *inbound marketing*

Módulo 3. Fundamentos de análisis de comportamiento e identificación de oportunidades y amenazas

Unidad 3.1 Fundamentos de análisis de comportamiento e identificación de oportunidades y amenazas

- 3.1.1 *Analytics* como parte integral del análisis de comportamiento
- 3.1.2 Principales métricas a analizar para cada etapa del ciclo de vida del consumidor
- 3.1.3 Análisis de comportamiento en función de datos cuantitativos
- 3.1.4 Análisis de oportunidades, amenazas y la forma de utilizarlas

Módulo 4. Fundamentos de *landing pages* eficaces

Unidad 4.1 Fundamentos de las *landing pages* eficaces

- 4.1.1 La página de aterrizaje como punto focal de la estrategia de *marketing*
- 4.1.2 Buenas prácticas de *landing pages* efectivas
- 4.1.3 *Test A/B* y análisis multivariable
- 4.1.4 Proceso de optimización de *landing pages*
- 4.1.5 Introducción a *landing pages* inteligentes