

<b>CURSO</b>	<b>MARKETING WEB Y MARKETING NO CONVENCIONAL</b>
<b>CODIGO</b>	05

<b>FECHAS</b>	<b>Del martes 15 al Viernes 18 de julio</b>	<b>HORARIO</b>	<b>10:00 a 14:00</b>
<b>DURACION</b>	<b>16 h</b>	<b>INSCRIPCION</b>	<b>100 €(2)</b>

### **CONTENIDOS FORMATIVOS:**

#### **Revisión de aspectos básicos**

- Dominios y gestión de los mismos
- Estructura de red: direcciones ip, registro, estadística.
- Las cabeceras HTTP
- Correo electrónico: tipos y gestión.

#### **Explorando la web**

- Tipos de sitios web. Características y diferencias.
- Sitios de información y sitios comerciales. Identificando objetivos o negocios.
- Buscar información en Internet. Fiabilidad y actualidad de las fuentes.

#### **Los contenidos en Internet y sus posibilidades de recuperación**

- Nociones fundamentales de la Arquitectura de la Información. Niveles jerárquicos de información y profundidad (clics de distancia y regla de fitts). Clasificación con estructuras de árbol: los directorios web. Ejemplo: Directorio DMOZ
- Nociones de Recuperación de la Información (Information Retrieval). Funcionamiento de los motores de búsqueda en 3 etapas (Spydering por links-nodos, Indexación, Clasificación-ordenamiento-valoración). Ejemplo de spydering: el robot Xenu.



- Internet pública, Internet privada (intranet), e Internet invisible. Indexación de información desde bases de datos (De la bd del website a la bd del buscador)
- Determinantes de la indexación (robots.txt, estándar de hipervínculos y links scrawleables, metatag robots, mapas de sitio, enlaces válidos vs links no válidos -nofollows y redirects-, frames e iframes). Ejemplos de códigos
- Variables que intervienen en la optimización web (Factores On the page)
- Optimización de páginas estáticas vs. páginas dinámicas.
- Orden de prioridad en la importancia de los factores on the web (de mayor a menor).
- Equilibrio entre la optimización para buscadores, la usabilidad, y el diseño de interface
- Elementos de navegación (menús, botones, enlaces, formularios)
- Organización de websites: navegabilidad y clasificación de la información. Organización de las keywords por niveles.

**Conceptos de popularidad web y Search Rankings**

- PageRank, TrustRank, Link popularity, Link Power. Concepto de Authority y Hub.

**IMPARTE:**

<b>ORGANIZACION</b>	<b>FIDA CONSULTORES</b>
<b>FORMADOR</b>	Kike Riesgo
	Néstor Alves

(2) Curso integrante del Itinerario formativo en Marketing  
Bonificación al realizar el Itinerario formativo completo: 10%