

Cómo optimizar la presencia de la web en internet

Analítica, usabilidad, SEO, accesibilidad

(Inscripciones abiertas hasta el 8 de mayo)

📅 Mayo - junio 2023

Inscríbete



Fechas:

Del 3 de mayo al 28 de junio, los lunes y miércoles



Horario:

de 16:00 a 20:00 h.

Presencial



Videoconferencia



Inscríbete

Docente



Miren Zuriñe de Anzola Guerra

- Formada y consultora en accesibilidad universal, especialista en la elaboración de documentos accesibles.
- Asesora externa en Gestión y Accesibilidad
- Profesora de la asignatura "Evaluación de ambientes desde el modelo ACP: accesibilidad y diseño ambiental" en el máster oficial universitario en gerontología y atención centrada en la persona de la Universidad internacional de Valencia.
- Cofundadora Accessible For All
- Profesora sesiones de accesibilidad digital del seminario de Marketing Inclusivo de la UNAV desde hace 5 años.



Paula Tomas

Estudió Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto, aunque luego se especializó en diseño de servicios y UX cuando realizó el Máster en Diseño Estratégico de Productos y Servicios. Desde el inicio su carrera profesional ha estado orientada al ámbito del UX, diseño de producto y diseño de servicios.

A lo largo de estos años ha trabajado en proyectos de diferentes ámbitos (Retail, Salud, tecnológico...) en los que ha participado activamente en el desarrollo de productos industriales, productos digitales y nuevos servicios, siempre teniendo en cuenta la necesidad del usuario y la experiencia deseada y diseñada.

Desde hace 3 años también es profesora asociada en la Universidad de Navarra en el Grado Universitario de Diseño de Servicios.



Jon Cardesa Alzu

- Más de 15 años de experiencia en posicionamiento SEO, gestionando y consiguiendo las primeras posiciones en proyectos propios y de clientes.
- Creador de Zenith Digital Marketing, agencia especializada en servicios de Marketing Digital.
<https://somaszenith.com/>
- Ha trabajado para clientes como Lacturale, Ayuntamiento de Pamplona, Koxka, Gobierno de Navarra, Aceites Sandua, RKS, Cocinobra...



Mikel Markuleta

- Socio fundador de Sharpa Marketing, agencia especializada en servicios de Marketing Online.
- 7 años de experiencia en agencias de medios multinacionales (Aegis, Havas)
- Certificación de publicidad en búsquedas (Google Ads Academy)
- Certificación individual Google Analytics (Google Ads Academy)
- Máster Analítica Web (Kschool)
- Máster en gestión de Empresas de Comunicación (UNAV)
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (UPNA)

100% subvencionado

Dirigido a personas:

- Trabajadoras por cuenta ajena.
- Autónomas.
- Desempleadas.

PROGRAMA

Módulo 1: Accesibilidad web.

1. Discapacidad.
2. Accesibilidad Web. Beneficios de la Accesibilidad Web.
 1. Limitaciones: visuales, motrices, auditivas, cognitivas.

2. Problemas de accesibilidad: manejo, interacción, acceso a los contenidos.
3. Características de un sitio accesible: transformable, comprensible y navegable.
3. Uso racional de los elementos de ayuda: pautas y herramientas.
 1. Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web (WCAG).
 2. Pautas de Accesibilidad para Herramientas de Autor (ATAG).
 3. Pautas de Accesibilidad para Agentes de Usuario (UAAG).
4. Anexos.
 1. Usabilidad.
 2. Navegación del público.

Módulo 2: Usabilidad web

1. Introducción a la usabilidad
 - a. Definir qué es la usabilidad
 - b. Nacimiento
 - c. Medir y evaluar
 - d. Usabilidad vs accesibilidad
 - e. Los 10 principios de usabilidad
 - f. Usabilidad móvil
 - g. Usabilidad para la conversión
 - h. Cómo puede influir en la experiencia del usuario
 - i. Ejercicio I - Análisis de usabilidad
2. Diseño centrado en el usuario (HCD)
 - a. ¿Qué es el diseño centrado en el usuario?
 - b. ¿Para qué sirve?
 - c. Fases y herramientas
 - i. Contexto
 - ii. Investigación
 - iii. Análisis
 - iv. Ideación, búsqueda de soluciones
 - v. Experimentación
 - vi. Evaluación
 - d. Ejercicio II - Diseño con usuarios
3. Diseño en la web - UX
 - a. Evaluación Heurística
 - b. Factores que generan una buena usabilidad web
 - c. El proceso de prototipado.
 - i. Tipos de prototipos.
 - ii. Pasos del desarrollo de un prototipo.

- d. Prototipo con usuarios
- e. Ejercicio III - Prototipado
- 4. Pruebas y test de usabilidad
 - a. Definición del test de usabilidad
 - b. Qué tipos de test existen
 - c. Cómo hacer un test
 - d. Usuarios
 - e. Objetivos
 - f. Qué puedo medir
 - g. Resultados
 - h. Conclusiones
 - i. Ejercicio IV - Diseño de un test

Módulo 3: Cómo posicionar páginas web con éxito

- 1. Posicionamiento en buscadores
 - 1. SEO
 - 2. Tipos de Posicionamiento (SEO, SEO Local y SEM)
 - 1. Ventajas del SEO
 - 2. Desventajas del SEO
 - 3. Relevancia de los resultados
 - 4. Posicionamiento penalizado - Black Hat
- 2. Elección de palabras claves
 - 1. Las palabras clave
 - 2. Elección de las palabras clave (Keyword Research)
 - 3. Analizar el tráfico que recibe el sitio web
- 3. ¿Dónde utilizar las palabras clave?
 - 1. Introducción
 - 2. Nombre de dominio
 - 3. Nombre de secciones y URLs de las páginas
 - 4. Títulos de las páginas
 - 5. Contenido de la página
 - 6. Las etiquetas <META>
 - 7. Imágenes
- 4. Enlaces
 - 1. Enlaces DoFollow y NoFollow
 - 2. PageRank
 - 3. Enlaces externos
 - 4. Alta en directorios

5. Marcadores sociales o "social marker"
6. Redes sociales
7. Mapa del sitio. Sitemap
8. Enlaces internos
5. Contenidos difíciles de posicionar
 1. Estudio de la competencia
 2. El archivo robots.txt
 3. Compra de enlaces patrocinados y Notas de prensa.
6. Análisis de las estadísticas de acceso
 1. Tipos de aplicaciones de análisis
 2. Google Search Console
 3. Google Analytics
 4. Google Profile Business
7. Nuevas herramientas para seo
 1. Inteligencia artificial
 2. Cómo nos ayuda la IA para SEO
 3. Ejemplos prácticos

Módulo 4: Analítica web

1. El ecosistema digital
2. La importancia de la medición en la era del Big Data
3. La analítica web: la base de la estrategia de marketing online
4. Google Analytics. La nueva experiencia de medición con ga4
5. Los canales de tráfico
6. Parametrización de URLs
7. Modelos de atribución
8. Filtros y segmentos
9. Google Tag Manager, Google Search Console, etc.
10. Visualización de datos en Looker Studio

INFORMACIÓN GENERAL

Objetivos:

- Adquirir los conocimientos para mejorar las herramientas informáticas y poder hacer universal el acceso a la web.

- Adquirir los conocimientos y técnicas necesarias para incorporar en el proceso de desarrollo de software la usabilidad, así como para crear productos más amigables, mediante diferentes técnicas como son el test de usabilidad y los prototipos.
- Conseguir la mejor posición posible de una página web en las búsquedas que realizan los usuarios, especialmente en Google.
- Utilizar herramientas de analítica web.



Fechas:

Del 3 de mayo al 28 de junio, los lunes y miércoles



Número de sesiones:

17



Horario:

de 16:00 a 20:00 h.



Número de horas:

55

Elige la modalidad que mejor se adapte a ti:



Presencial*

Club de Marketing de Navarra



Videoconferencia*

Aula virtual, Zoom

INSCRIPCIONES



100% subvencionado



Para más información:

948 290155

Inscríbete