Código: 13669

Unidad Formativa:
UF2401 - Gestión de contenidos web

Módulo: MF2189_3 - ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN AUTOEDITABLES

Certificado de Profesionalidad:
COMM0112 - GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Modalidad: ONLINE

Duración: 30h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

securs@
CONSULTORÍA DE FORMACIÓN
Avda. Ramón Nieto nº 133, Bajo
36208 - VIGO
Telf.: 986912815

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

C1: Elaborar y tratar contenidos, textos e imágenes, con carácter comercial e informativo para intranets y páginas web de empresas utilizando aplicaciones de autoedición de contenidos web en entornos de usuario.

CE1.1 Enunciar los diferentes apartados de una página web y funciones de editores sencillos de páginas web, blogs y entornos puntocom, website y newsletter entre otros.
CE1.2 Diferenciar los elementos que caracterizan el perfil de un internauta frente al consumidor tradicional.
CE1.3 Argumentar la importancia de la creación y actualización periódica de páginas web para alcanzar los objetivos comerciales de una organización.
CE1.4 Argumentar la finalidad y utilidades de una intranet activa y actualizada para la empresa.
CE1.5 Definir los contenidos y elementos de una web comercial efectiva aplicando los criterios de facilidad de navegación, confianza del usuario y estilo narrativo adecuados al perfil del internauta y cliente «on line».
CE1.6 Identificar los instrumentos y utilidades disponibles en internet para la promoción de páginas y sitios web.
CE1.7 Manejar con destreza las funciones y utilidades de las aplicaciones existentes de autoedición de páginas web a nivel usuario.
CE1.8 A partir de la definición de una página web comercial e intranet, proponer contenidos, textos e imágenes adecuados.
C2: Desarrollar contenidos y presencia en la red coherentes con los objetivos comerciales y de comunicación de la empresa.

CE2.1 Evaluar la presencia de la empresa en Internet teniendo en cuenta el grado de penetración en comunidades y redes sociales y hacer propuestas encaminadas a

aumentar su impacto y rentabilidad en este sentido.
CE2.2 Definir un conjunto de palabras y términos clave que sean coherentes con la imagen de la empresa y con sus objetivos comerciales más directos.
CE2.3 Analizar la posición de la empresa en diferentes buscadores y realizar propuestas de contenidos encaminadas a mejorar o mantener esa posición.
CE2.4 Simular respuestas a comentarios o quejas, tanto recibidos directamente por la empresa, o bien que hayan sido publicados a través de foros, redes sociales u otras páginas similares.
CE2.5 A partir de distintos casos de empresas con campañas de productos o servicios definidos proponer acciones de marketing digital en la red.

Contenidos

UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB
UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN EN LA WEB.
Tendencias y desarrollo del marketing en la web:
- Introducción a la web 2.0.
- Marketing colaborativo: Redes Sociales.
- Cloud computing (informática en la nube), nubes privadas, entre otras.
La imagen de la empresa en Internet.
- Gestión de la imagen, la marca y los productos en internet
- Redes Sociales y el CRM de la empresa.
Técnicas de marketing digital:
- Publicidad en buscadores (SEM)
- Marketing viral
- Fidelización de clientes a través de la web.
- Promociones dirigidas al canal «on line».
Posicionamiento de la web de la empresa en Internet a través de contenidos (SEO).
Internet móvil.
- Concepto y aplicaciones.
UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE PÁGINAS WEB COMERCIALES.
Conceptos básicos de Internet e Intranet:
- visitas.
- páginas.
- cookies.
- blogs.
- protocolos.
- webtrends u otros.
Nociones básicas de Lenguaje HTML.
Características de una página web.
- Mapa del sitio.
- Panel de administración.
- Estadísticas de visitas.
- Descripción y palabras clave.
- Traslado de elementos de identidad corporativa a la web.
La creación de mensajes publicitarios para Internet:
- Perfil del usuario o cliente objetivo de la empresa en el canal «on line».
Inserción de textos y elementos multimedia:
- texto.
- imágenes.
- ficheros PDF.
- audio y vídeos.
- creación de enlaces.
Diseño y mantenimiento de blogs, canales de vídeo u otros sistemas de transmisión de contenidos corporativos y comerciales.

Aplicaciones informáticas para la gestión de contenidos «on line».