

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB.	DURACIÓN	30
		Específica	
Código	UF2401		
Familia profesional	COMERCIO Y MARKETING		
Área Profesional	Marketing y Relaciones Públicas		
Certificado de profesionalidad	GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	Nivel	3
Módulo formativo	Elaboración de materiales de marketing y comunicación autoeditables.	Duración	90
Resto de unidades formativas que completan el módulo			Técnicas de diseño gráfico corporativo.

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con la RP4 en lo relativo a la gestión y actualización de contenidos de páginas web e intranet

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación:

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:

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.

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».

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior.
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad.