

**CURSO UNIVERSITARIO DE ESPECIALIZACIÓN
CON PRÁCTICAS EN EMPRESA**

UEMC

Universidad Europea
Miguel de Cervantes

Técnico en Empresa Digital: Adaptación de la Pyme al Entorno 2.0 y a nuevos Modelos de Negocio Digital

Cursos Online 100%

Programas Certificados por
Universidad Europea
Miguel de Cervantes (UEMC)

www.calidadyformacionempresarial.es

Tel. 902 300 247

aulaformacion
FORMACIÓN ESPECIALIZADA A DISTANCIA

M
Project Management
EXPERIENCIA

FORMACION
OnLine

Datos generales del curso TÉCNICO EN EMPRESA DIGITAL: ADAPTACION DE LA PYME AL ENTONO 2.0 Y A NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DIGITAL

¡INVIERTE EN TU FUTURO PROFESIONAL!

Imprescindible para la formación y cualificación de profesionales y responsables del diseño de estrategias de negocio y de marketing digital en nuestras empresas y organizaciones.



En este caso, los certificados y diplomas obtenidos cuentan con la firma y el sello de la Secretaría General de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, lo que les otorga validez a efectos de su participación o presentación en oposiciones, concursos oposición, concursos de méritos y otros procesos de selección. Todo ello, en base al Real Decreto 276/2007 de 23 de Febrero (BOE de 2 de marzo de 2007), que reconoce los cursos de las universidades a todos los efectos y los ajusta en todo a los requisitos exigidos por las comisiones de baremación.

DIPLOMAS Y CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

A la finalización de este curso técnico universitario de especialización el alumno, una vez superadas con aptitud las pruebas, recibirá un Título emitido por AULAFORMACION y Diploma acreditativo expedido por la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) con reconocimiento de créditos universitarios ECTS.



PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Este Curso Técnico Universitario de especialización da opción a la persona matriculada a la realización de prácticas no laborales en una empresa.

Dichas prácticas podrán ser realizadas mediante la firma de Convenio de Cooperación Educativa entre la UEMC, AULAFORMACION como centro colaborador adscrito a la Universidad, la Empresa de acogida y el alumno, al amparo del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas externas de los estudiantes universitarios.

La duración de la práctica no deberá de exceder de **6 meses de duración**. El plazo comenzará a computar desde la firma del convenio, siempre que éste se produzca entre el inicio y la finalización del curso académico.

El proceso de tramitación, gestión, seguimiento y evaluación del convenio de prácticas es completamente **gratuito**.

La realización de la práctica es **opcional y voluntaria** para el alumno siendo éste el encargado de la búsqueda de la empresa receptora de la práctica. Si ésta se produce quedará recogido en el correspondiente Título académico.

El Curso Universitario, conforme a los requisitos establecidos en el RD 592/2014, habilita a la realización de prácticas que estén vinculadas a las **competencias básicas, genéricas y/o específicas** que se ofertan en este programa académico.

Los riesgos inherentes de la responsabilidad civil de la práctica están cubiertos por póliza de seguro suscrito por la Escuela.

Adenda a las Prácticas en empresas.

El programa obligatorio del curso está **complementado por un programa formativo voluntario ("Bloque de competencias personales" - ver programa -)**, para quién opte a la realización de prácticas en empresas.

Dicho programa voluntario, está compuesto por dos módulos formativos:

- Un primer módulo cuya finalidad es que el alumno obtenga competencias para mejorar su empleabilidad y su crecimiento personal y profesional.
- Un segundo módulo (obligatorio para quién ya esté realizando la práctica no laboral) de información de la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales (según establece el RD 592/2014).

DESCRIPCIÓN

La aparición de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y su aplicación al entorno empresarial no sólo es una cuestión de adaptación en el aprendizaje en el uso y manejo de las nuevas herramientas o tecnologías, sino algo mucho más importante. Es también la adaptación a los nuevos procesos de negocio generados en los entornos 2.0. que supone el conocimiento de nuevos comportamientos por parte del consumidor, la asunción y diseño de nuevas estrategias empresariales, el desarrollo y la implementación de nuevos proyectos 2.0., y el uso de nuevas técnicas y herramientas.

En este sentido, este es un programa formativo que está diseñado para cubrir las carencias del personal responsable de la dirección y gestión de la pyme para su adaptación a este nuevo entorno digital y a la adopción de nuevos modelos de negocio digital.

A través de este programa se adquirirán los conocimientos y las **competencias estratégicas, técnicas e instrumentales** para la adaptación de los nuevos planteamientos empresariales al entorno 2.0. tanto en el ámbito interno en la mejora de la productividad y de la gestión del conocimiento, como en el ámbito externo en la atracción de negocio a la empresa a través de Internet y en el diseño de nuevas estrategias de marketing digital.

El programa formativo está dividido en cuatro módulos o unidades:

En la primera unidad "estrategias de marketing digital" aprenderemos a utilizar los diferentes medios e instrumentos digitales para difundir nuestra marca, apoyar, promocionar y vender, y comunicarnos con nuestros clientes en la Red Internet, a través de diferentes ejemplos y casos reales. Reaprenderemos los nuevos conceptos de Marketing y les aplicaremos para buscar nuevas estrategias de marketing para nuestros proyectos empresariales, profesionales o personales. Practicaremos un Marketing de atracción que nos acerque más a nuestro cliente en la Red, pero sobre todo a utilizar unas técnicas de marketing que hagan posible la conversión de nuestros posibles contactos en clientes reales.

En la segunda unidad "ecommerce" conoceremos todas las claves, elementos y procesos de negocio necesarios y que hay que tener en cuenta para desarrollar un proyecto de comercio electrónico o ecommerce en un sentido amplio como negocio online. Y lo que es más importante aprenderemos cómo debemos diseñar nuestra tienda virtual y cómo diseñar nuestra estrategia, no sólo para atraer potenciales compradores, sino para convertirlos en clientes y cómo fidelizarlos para aumentar nuestras ventas. Para ello iremos repasando las diferentes estrategias y la toma de decisiones en cada momento del proceso, desde la elección de la tecnología y/o plataforma de venta, hasta la implantación del medio de pago y la entrega de producto, pasando por cómo atraer clientes, convertirlos en ventas y fidelizarlos para la compra repetida, a través de herramientas y técnicas de marketing online como son el posicionamiento en buscadores, las redes sociales o el email marketing, entre muchas otras técnicas.

La tercera unidad "Taller práctico: cómo crear un blog/web corporativo con WordPress" está diseñada para que el alumno adquiera las competencias técnicas básicas para el diseño de una web o de un blog a través de la herramienta "WordPress" como estándar tecnológico de mayor difusión universal en la creación de sitios web corporativos y de atracción de negocio.

La cuarta unidad "herramientas 2.0. para la gestión del conocimiento y la mejora de la productividad" está dedicada a la adaptación profesional de las personas al nuevo estilo de vida 2.0. que impone unas nuevas reglas para comunicarse y compartir socialmente. Tanto las personas a nivel individual como a nivel profesional o empresarial deben conocer y aprender a manejar herramientas digitales que faciliten la mejora de la productividad en el desempeño de sus tareas digitales de gestión de la información, mejorando la gestión de su tiempo y la eficacia en el cumplimiento de sus tareas y objetivos personales o profesionales. Las personas y profesionales 2.0 deben ser capaces de crear y gestionar "Espacios Personales de Aprendizaje" mediante el uso y la gestión de herramientas que nos permitan gestionar nuestro propio entorno de información, conocimiento y aprendizaje.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

El programa formativo tiene por finalidad desarrollar las competencias estratégicas, técnicas e instrumentales del alumno en la adaptación de las nuevas estrategias empresariales y del entorno personal y profesional de trabajo al entorno digital o 2.0., teniendo como resultados principales del aprendizaje:

- Conocer cuáles son los procesos, las técnicas y las herramientas que se utilizan en las estrategias de Marketing digital para implementarlos en un proyecto web 2.0.
- Introducir al alumno en los conceptos básicos y avanzados del eCommerce, y esbozar paso a paso todos los procesos, fases y aspectos que hay que tener en cuenta para crear y desarrollar un proyecto de ecommerce, y en particular el proceso de atracción, conversión y fidelización de clientes a nuestra tienda online, así como establecer las buenas prácticas comerciales en la gestión de nuestro negocio online.
- Adquirir las competencias para el uso de herramientas 2.0. que potenciarán su rendimiento personal en la creación y gestión de su propia marca personal en Internet, en la organización y gestión de la información en entornos digitales, y en entornos colaborativos o de trabajo en grupo.

El programa académico obligatorio incorpora además del desarrollo de competencias específicas profesionales y académicas propias de la materia y área del curso, un programa complementario de contenidos que favorece el desarrollo de competencias generales instrumentales (resolución de problemas), personales (trabajo en equipo) y sistémicas (Liderazgo).

PRECIO

Precio oficial: 495 euros.

Precio becado: 350 euros (*)

Incluye acceso al Aula Virtual de la Plataforma y entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización del curso (y su envío por correo postal).

(*) El Precio con beca, además de lo anterior, incluye la opción a la realización de las Prácticas en empresa. El "precio becado" es una medida de la UEMC y AULAFORMACION para favorecer la empleabilidad y la inserción laboral de sus alumnos.

Matrícula abierta todo el año.

Posibilidad de financiación para trabajadores de empresas a través de la gestión de la **Formación Bonificada**. Consultar.

DESTINATARIOS

En general, destinado a cualquier persona que quiera comprender cómo funciona el nuevo marketing digital, cómo adaptar su entorno personal y profesional de aprendizaje y de gestión del conocimiento, y vaya o desee implementar un proyecto empresarial o personal de web 2.0. con un fin comercial o de negocio.

Así mismo cualquier persona o profesional encargado de la toma de decisiones en la gestión empresarial que desee adaptar sus procesos de negocio comerciales y de comunicación al entorno 2.0.

En particular:

- Emprendedores 2.0.
- Licenciados y profesionales del mundo de las TIC, marketing, la publicidad y comunicación, que necesiten un reciclaje en el marketing 2.0.,
- Personas interesadas en la gestión de la web 2.0. y el marketing digital.

▪ Requisitos de acceso al curso y al diploma universitario: ninguno. No se requiere titulación alguna.

PROGRAMA

Duración 200 horas (8 ECTS)

Matrícula abierta todo el año

Programa a desarrollar en el plazo máximo de 3 meses. En el caso de programa con prácticas se amplía a 6 meses.

A) BLOQUE DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

UNIDAD 1. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA

Tema 1. ¿ Que es el marketing digital?

- 1.1. Introducción
 - 1.1.1 Centremos el tema
 - 1.1.2. Importancia del mercado digital
 - 1.1.3. Presente y futuro del marketing
- 1.2. Pero, ¿qué es el Marketing?
 - 1.2.1. Introducción al Marketing
 - 1.2.2. El nuevo panorama del marketing: nuevos retos
 - 1.2.3. Algunos conceptos de la estrategia de marketing que no se deben olvidar
 - 1.2.4. El Marketing en la era digital
- 1.3. La Web ha cambiado las reglas del marketing
 - 1.3.1. Evolución de la web
 - 1.3.2. ¿Por qué no funcionan las antiguas normas del marketing?
- 1.4. El nuevo marketing: marketing digital
 - 1.4.1. Las Nuevas 4 P's
 - 1.4.2. Otros modelos de marketing-mix en el 2.0.
 - 1.4.3. Los nuevos modelos de negocio basados en web 2.0
 - 1.4.4 El Nuevo marketing 2.0., marketing Online o Digital
- 1.5 ¿ Qué es lo que funciona en el nuevo marketing?
 - 1.5.1.Llegar directamente a los compradores
 - 1.5.2. Los Blogs. contar la historia a millones de seguidores
 - 1.5.3. Los medios sociales
 - 1.5.4. El audio y el video motivan a la acción
 - 1.5.5. Las notas de prensa
 - 1.5.6. El marketing viral
 - 1.5.7. El Marketing móvil

Tema 2. Estrategias del marketing digital

- 2.1. El marketing de atracción
- 2.2. Nuevos procesos y técnicas del marketing Online
 - 2.2.1. Atracción
 - 2.2.1.1.Posicionamiento en Buscadores (SEO)
 - 2.2.1.2. Publicidad en Buscadores (SEM)
 - 2.2.1.3. Campañas publicitarias
 - 2.2.1.4. Presencia en mercados digitales
 - 2.2.1.5. Presencia en directorios
 - 2.2.1.6. E-mail Marketing
 - 2.2.1.7. Relaciones públicas Online
 - 2.2.1.8. Acciones de Marketing Viral

- 2.2.1.9. Uso de las Redes Sociales (Social Media Marketing)
- 2.2.2. Conversión
 - 2.2.2.1 Captación de datos a través de la web
 - 2.2.2.2 La Afiliación
 - 2.2.2.3 La usabilidad
 - 2.2.2.4 La persuasión
- 2.2.3. Optimización
 - 2.2.3.1. Analítica Web
 - 2.2.3.2. Programas de Afiliación
 - 2.2.3.3. E-mail Marketing: Boletín
 - 2.2.3.4. Persuasión orientada a ventas
 - 2.2.3.5. Orientación de la web al cliente
- 2.2.4. Fidelización
 - 2.2.4.1. Venta Cruzada
 - 2.2.4.2. E-mail Marketing
 - 2.2.4.3. Creación de comunidades
 - 2.2.4.4. Barreras de salida

Tema 3. Plan de Marketing Digital

- 3.1. Plan de acción en Marketing online
 - 3.1.1. Análisis Previo
 - 3.1.2. Desarrollo de una web eficaz
 - 3.1.3. Configuración web para seguimiento: analítica web
 - 3.1.4. Plan de acción para atraer, convertir y fidelizar
 - 3.1.4.1. Posicionamiento natural: adaptación de nuestra web a las búsquedas
 - 3.1.4.2. Publicidad en buscadores: campañas SEM
 - 3.1.4.3. E-mail Marketing
 - 3.1.4.4. Social Media Marketing
- 3.2. Marketing-mix online y técnicas de marketing
 - 3.2.1. Investigación de mercados (markets e-research).
 - 3.2.2. Marca (e-branding).
 - 3.2.3. Producto (product e-mkting).
 - 3.2.4. Precio (e-pricing).
 - 3.2.5. Comunicación (e-communication).
 - 3.2.6. Promoción (e-promotions).
 - 3.2.7. Publicidad (e-advertising).
 - 3.2.8. Distribución (e-trade marketing).
 - 3.2.9. Comercialización (e-commerce).

UNIDAD 2. ECOMMERCE: CREA Y PROMOCIONA TU TIENDA EN INTERNET

Tema 1. El Comercio electrónico: La transformación del negocio. Del Comercio analógico al digital. Modelo de negocio ecommerce

- 1.1. Comercio electrónico
 - 1.1.1. Introducción
 - 1.1.2. Cómo influye internet en el consumidor
 - 1.1.3. Las ventajas del comercio electrónico
- 1.2. La Transformación del negocio: Del comercio analógico al digital
 - 1.2.1. Los nuevos modelos de negocio basados en web 2.0
 - 1.2.2. La transformación del negocio: principales diferencias

1.3. Presencia online de las empresas y modelos de negocio

1.3.1. Presencia Online

1.3.2. Modelos de negocio ecommerce

Tema 2. Desarrollo de una estrategia E-commerce

2.1. La estrategia de comercio electrónico

2.2. El Plan de negocio

2.2.1. Análisis del Entorno

2.2.2. Modelo de negocio

2.2.3. Análisis de mercados digitales

2.2.4. Plan de negocio

Tema 3. Cómo implementar una tienda de comercio electrónico: elementos, funcionalidades y claves de una tienda online.

3.1. Selección de la plataforma de venta (tecnología)

3.1.1. Alcance de nuestro proyecto ecommerce

3.1.2. Alternativas tecnológicas de plataformas ecommerce

3.2. Diseño, accesibilidad y usabilidad de la tienda online

3.3. Elementos y procesos básicos internos en una tienda online

3.3.1. Catálogo de productos

3.3.2. Carrito de la compra

3.3.3. Promoción y ofertas

3.3.4. Proceso de registro

3.3.5. Proceso de venta: conversión

3.3.6. Medios de pago

3.3.7. Impuestos

3.3.8. Motor interno de búsqueda

3.3.9. Motor de recomendaciones

3.3.10. Certificado de Seguridad y de Confianza Online

3.3.11. Logística y gestión de stocks

3.3.12. Otra información relevante

3.4. Buenas prácticas de gestión en el proceso de compra online

3.4.1. Comunicación comercial

3.4.2. Venta

3.4.3. Contratación

3.4.4. Pago

3.4.5. Entrega del bien o servicio

3.4.6. Servicio postventa

Tema 4. Estrategias de Marketing online asociadas al comercio electrónico: cómo promocionar tu tienda virtual

4.1. Indicadores clave de medición de seguimiento KPI del comercio online

4.1.1. Introducción: objetivos

4.1.2. Atracción de público

4.1.3. Conversión

4.1.4. Fidelización

4.1.5. Medición: indicadores clave

4.2. Optimización en buscadores SEO

4.3. Pago por Clic en Buscadores SEM

4.4. Social media Marketing

4.5. E-mail marketing

4.6. Reputación online

4.7. Otras técnicas

Tema 5. Gestión del negocio: Logística, Distribución y atención al cliente

- 5.1. Gestión operativa
- 5.2. Logística:
 - 5.2.1. La gestión de pedidos
 - 5.2.2. La gestión de Stock (Almacenaje)
- 5.3. Distribución de pedidos
- 5.4. Atención al Cliente

Tema 6. Medios de Pago

- 6.1. Medios de pago por internet
- 6.2. Los medios de pago offline
- 6.3. Funcionamiento de los medios de pago online
 - 6.3.1. TPV Virtual
 - 6.3.2. PayPal
 - 6.3.3. Nuevas tendencias
- 6.4. Gestión del fraude

Tema 7. Marco Jurídico: obligaciones legales que debe cumplir tu tienda online

- 7.1. Marco legal general del comercio electrónico
- 7.2. Análisis del marco general
 - 7.2.1. Ley de Sociedad de la Información
 - 7.2.2. Ley de Protección de datos (LOPD)
 - 7.2.3. Ley de Derechos de autor y propiedad intelectual
 - 7.2.4. Fiscalidad y aduanas
- 7.3. Casos de aplicación práctica:
 - 7.3.1. Obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal
 - 7.3.2. Correos y notificaciones comerciales
 - 7.3.3. Información sobre las cookies
 - 7.3.4. Información en la página web
 - 7.3.5. Cuestiones legales de la Contratación online
 - 7.3.6. Cuestiones legales de la entrega

Tema 8. Confianza y Seguridad

- 8.1. Confianza y Seguridad
 - 8.1.1. Principios fundamentales
 - 8.1.2. Seguridad. SSL y certificados digitales
 - 8.1.3. Recomendaciones y normas básicas
- 8.2. Código ético
 - 8.2.1. Confianza Online
 - 8.2.2. Código ético
 - 8.2.3. Organismo de control
 - 8.2.4. Proceso de adhesión

Tema 9. Tendencias y nuevas tecnologías

- 9.1. Venta Multicanal
- 9.2. Mobile Commerce
 - 9.2.1. El canal y los dispositivos móviles
 - 9.2.2. Márketing Móvil
 - 9.2.3. M-Commerce

9.3. Otras tendencias de consumo y tecnologías asociadas

9.3.1. Social Commerce

9.3.2. La TV conectada

Tema 10. Analítica Web aplicada al e-commerce: cómo medir el éxito de tu tienda virtual

10.1. La medición en Internet

10.1.1. Metodología y conceptos básicos

10.1.2. Los 5 primeros pasos

10.1.3. Los siguientes pasos: análisis avanzado

10.2. La medición de una tienda online: cómo medir el éxito

Tema 11. Casos de éxito y buenas prácticas

11.1. Casos de éxito y caso práctico

11.2. Buenas Prácticas

11.2.1. Recomendaciones para el diseño

11.2.2. Resumen de buenas prácticas en la compra online

Tema 12. Crea tu propia tienda virtual con Prestashop: aplicación práctica

UNIDAD 3. TALLER PRACTICO: CÓMO CREAR UN BLOG /WEB CORPORATIVO CON WORDPRESS

1. Introducción

1.1. ¿Qué es un blog?

1.2. Principales características

1.3. El blog como eje de la Estrategia de márketing

1.4. ¿Por qué WordPress?

1.5. Quince ventajas de utilizar WordPress

1.6. Glosario de términos

1.7. Enlaces de interés

2. Primeros pasos con WordPress

2.1. Conseguir un blog gratuito desde wordpress.com

2.2. Instalar un WordPress en un servidor propio

2.3. Cómo acceder a nuestro blog

2.4. El escritorio de WordPress

3. Ajustes iniciales

3.1. Ajustar los datos de mi perfil

3.2. Ajustes y detalles iniciales

3.3. Aspectos generales de escritura y presentación del contenido

3.4. Visualización del contenido de la portada

3.5. Ajustes de los comentarios

3.6. Configurar la manera en que se mostrarán las imágenes

3.7. La privacidad de nuestro blog. Visibilidad para los buscadores

3.8. Ajustes de los enlaces permanentes. Estructura de las URL's

3.9. Compartir nuestros contenidos con Redes Sociales

4. Administrar las entradas

4.1. El Administrador de entradas

4.2. Eliminar y restaurar entradas

4.3. Añadir y editar entradas

4.4. El editor de texto y sus potencialidades

5. Apariencia y funcionalidades del blog

5.1. Cambiar la apariencia de WordPress mediante el uso de plantillas o temas

5.2. Crear y editar páginas

5.3. Los plugins y sus funcionalidades

5.4. Los widgets y su función en la barra lateral

6. Usuarios y Roles

6.1. Administrar un blog en colectivo

6.2. Concepto de rol o perfil de usuario

6.3. Tipos de perfiles

6.4. Ajustar el perfil predeterminado para nuevos usuarios

6.5. Creación de nuevos usuarios desde el escritorio

6.6. Auto-registro de nuevos usuarios

7. Integración con Redes sociales y otros servicios

7.1. Introducción a la Web 2.0 y las Redes Sociales o Social Media

7.2. WordPress y su integración con las Redes Sociales

7.3. Divulgar contenido en las Redes Sociales

7.4. Los botones de compartir "ShareThis" en wordpress.com

7.5. El plugin "ShareThis" para Wordpress en servidores propios

7.6. Insertar un Fan Box de Facebook para WordPress en nuestro servidor

7.7. Insertar un Fan Box de Twitter para WordPress en nuestro servidor

7.8. Insertar un widget con contenido social de Facebook en nuestro servidor

8. URL's y enlaces

8.1. La necesaria interconectividad de un blog a través de sus URL's

8.2. Nuestras propias URL's

8.3. Pinbacks y trackbacks

8.4. Blogroll

9. Sindicación: El flujo de RSS y Feeds

9.1. Introducción al RSS y sus canales de Feeds

9.2. WordPress y RSS

9.3. Estructura de las URL's de los Feeds

9.4. Cómo usar FeedBurner para ofrecer servicios de suscripción a mi RSS

9.5. Publicar fuentes RSS externas en mi blog

9.6. Servicios de lectura de Feeds: Google Reader y Bloglines

UNIDAD 4. HERRAMIENTAS 2.0. PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL

Tema 1: Introducción a La Web 2.0 y a la Empresa 2.0

1.1 La evolución de Internet

1.1.1 Que es la Web 2.0

1.1.2 Herramientas de la Web 2.0. (Clasificación)

1.2 Definición de empresa 2.0

- 1.3 Entornos de aplicación: Perspectiva interna y perspectiva externa
- 1.4 Diseño de una empresa 2.0.
- 1.5. Gestión del conocimiento y mejora de la productividad: ¿Por qué utilizar herramientas 2.0?
- 1.6. La creación de entornos personales de aprendizaje (PLE)

Tema 2: Herramientas para la Comunicación

- 2.1. Introducción: El entorno de utilización de herramientas de comunicación 2.0.
- 2.2. Skype
- 2.3. Messenger
- 2.4. Gmail
- 2.5. Los foros
- 2.6. Los blogs.
 - 2.6.1. Introducción a los Weblogs
 - 2.6.2. WordPress
 - 2.6.3. Blogger
 - 2.6.3.1. Los weblogs, tipología y mezcla empresarial
 - 2.6.3.2. Business blogging y logs corporativos
 - 2.6.3.3. Tipología de weblogs corporativos
 - 2.6.4. Buscadores de blogs: Technorati
- 2.7. Twitter
- 2.8. Google Talk
- 2.9. Whatsapp
- 2.10 Otras herramientas de comunicación en Redes Sociales

Tema 3: Herramientas Colaborativas

- 3.1. Introducción: entornos de utilización de herramientas colaborativas
- 3.2 Google Docs.
 - 3.2.2. Introducción
 - 3.2.3. Documentos de texto
 - 3.2.4. Hojas de cálculo
 - 3.2.5. Presentaciones
- 3.3 Thinkfree
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. My Office
 - 3.3.3. Workspace
- 3.4 Zoho
 - 3.4.1. Documentos
 - 3.4.2. Zoho Notebook
 - 3.4.3. Zoho Meeting
- 3.5 Wikis
 - 3.5.1. Introducción
 - 3.5.2. Wikispaces
 - 3.5.3. Mediawikis
- 3.6 Otras herramientas
 - 3.6.1. Simply Invoices (facturas)
 - 3.6.2. FlowGram (presentaciones power point)
 - 3.6.3. Dropbox (Almacenamiento de ficheros)
 - 3.6.4. Evernote (notas)

Tema 4: Gestión y seguimiento de la Información

4.1 Introducción: herramientas de curación de contenidos

4.2 Herramientas para buscar información

4.2.1. Los directorios de búsqueda

4.2.2. Los motores de búsqueda

4.2.3. Buscar en google

4.3 Canales RSS

4.3.1. Lector de canales RSS

4.3.2. Agregadores sociales

4.4. Google alerts y Google readers

4.5. Marcadores y enlaces: Delicious

4.6. Agregadores de noticias:

4.6.1. Meneame

4.6.2. Digg

4.6.3. Tecchnorati

Tema 5: Medios Sociales

5.1. Principales redes sociales

5.1.1. Facebook

5.1.2. Google +

5.2. Principales redes profesionales

5.2.1. Xing

5.2.2. LinkedIn

5.3. Comunidades virtuales en la empresa

5.3.1. Ning

5.3.2. Elgg (comunidad virtual educativa)

Tema 6: Gestión, colaboración y difusión de Proyectos

6.1. Introducción: entornos web 2.0. para la gestión de proyectos

6.2. Basecamp

6.3. Backpack

6.4. Shareflow

6.5. Teambox

Tema 7: Herramientas que nos proporciona Google

7.1. Introducción: herramientas y servicios que nos proporciona Google

7.2. Google sites (sitio web personal)

7.3. Google +

7.4. Google Docs (Apartado 3.1)

7.5. Google calendar

7.6. Google Alerts

7.7. Google gmail (Apartado 2.1.)

7.8. Google Talk (Apartado 2.7.)

Tema 8. Herramientas para entornos móviles

8.1. Introducción: El uso de aplicaciones en entornos móviles

8.2. Aplicaciones para Andorid

8.3. Aplicaciones para IOS (Iphone y Ipad)

8.4. Redes sociales de geolocalización

B) BLOQUE DE COMPETENCIAS GENÉRICAS:

TEMA 1. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y TRABAJO EN EQUIPO

1. Resolución de Conflictos
2. Trabajo en equipo

TEMA 2. TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN DE EQUIPOS Y AUTOMOTIVACIÓN

1. La importancia de la motivación
2. Modelos motivacionales
3. Técnicas de motivación
4. El poder de la motivación

C) BLOQUE DE COMPETENCIAS PERSONALES -Opcional (*)-

(*) Complemento del Programa, para quienes realicen prácticas no laborales

TEMA 1. MARCA PERSONAL Y BÚSQUEDA DE EMPLEO (Voluntario)

1. Contexto de la Marca Personal: ¿Por qué es necesario crear una Marca Personal?
2. Personal Branding
3. El marketing personal
4. El auto-conocimiento: Conócete a ti mismo
5. Análisis externo: el mercado laboral y la intermediación laboral
6. Diagnóstico: Posicionamiento. Mi perfil profesional
7. El Plan de acción
8. La creación de Marca Personal. 2.0. La identidad digital y reputación 2.0.
9. La visibilidad y comunicación de la marca. Networking
10. El proceso de selección de personal. Reclutamiento 2.0.
11. Estrategias de búsqueda de empleo
12. Herramientas 2.0. para crear marca y buscar empleo
13. La gestión de la Reputación Online
14. Ejemplos de casos prácticos: marca personal y estrategias de empleabilidad
15. Taller práctico. Plan de acción: construye y planifica tu propia Marca Personal y desarrolla tu propio Personal Marketing Plan para la búsqueda de empleo

TEMA 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES (Obligatorio)

1. Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo
2. Riesgos generales y su prevención
3. Elementos básicos de gestión de la prevención de riesgos

(*) El programa incluye ejercicios y tareas evaluables por parte de los tutores-profesores, así como cuestionarios de evaluación tipo test

PROFESORADO

En este Curso Universitario de especialización ponemos a disposición tutores cualificados, con titulaciones universitarias de grado superior con una amplia formación acreditada en el mundo del Marketing, la Comunicación, la Gestión y las Nuevas tecnologías de la Información y Comunicación, y con una sólida y amplia experiencia en :

- la implantación de estrategias de Marketing Digital y Modelos de negocio 2.0.
- la gestión de redes sociales y herramientas 2.0
- las técnicas del Marketing digital

METODOLOGÍA

Este curso se imparte en la modalidad a distancia bajo **metodología de aprendizaje E-Learning**.

El Modelo de formación a distancia está basado en una combinación de una acción tutorial constante por parte del equipo docente y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

La **acción tutorial** se desarrollará completamente a través del Aula Virtual de la Plataforma de aulaformacion.

El aula virtual también será el depositario de cuantas entregas se realicen de los contenidos teórico-prácticos del curso y de otra documentación complementaria (legislación, artículos,...) y de otros recursos informativos y de asesoramiento. Por ello, es necesario conectarse al Aula Virtual y realizar el seguimiento para el buen aprovechamiento del curso.

La formación a distancia se basa en un modelo de formación que no requiere la presencia física del alumno en una clase o centro de formación tradicional, lo que permite compatibilizar el aprendizaje con otras actividades, lo que le caracteriza por una gran flexibilidad en el desarrollo del curso. El alumno es quien establece sus horarios, el ritmo y el lugar de realización del curso, aunque dentro del Plan de Trabajo establecido. Por otro lado, se trata de un tipo de aprendizaje con un alto componente de autonomía que requiere la autoexigencia por parte del alumno y una buena planificación.

El autoaprendizaje es necesario a través del estudio y el trabajo individual.

MATERIAL DIDÁCTICO

Para ayudar al alumno, además de la acción tutorial, se pone a su disposición un material didáctico con una alta calidad formativa. Este material didáctico, se pone a disposición del alumno a través del aula virtual donde además del contenido teórico práctico en formato multimedia e interactivo se encontrará con otro material complementario, foros de discusión, talleres y tareas, módulos resumen y de ejercicios en formato multimedia e interactivo, y los test de evaluación.

La matrícula incluye: acceso al Aula Virtual de la Plataforma y entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización (y su envío por correo postal).

EVALUACIÓN

Para la obtención del Certificado del curso será necesario superar las tareas propuestas satisfactoriamente y los test de las unidades didácticas respondiendo correctamente a un mínimo del 70% de las preguntas formuladas en cada test. Posibilidad de recuperación de las evaluaciones suspensas.

Cursos relacionados

Otros Cursos que pueden ser de tu interés en el área de gestión empresarial:

- Experto en Sistemas de Gestión de la Seguridad alimentaria
- Experto en Gestión de la Calidad y Excelencia empresarial
- Experto en Gestión de Sistemas integrados: Calidad, Medioambiente y Prevención
- Experto en Gestión medioambiental
- Experto en Community Manager y Social Media
- Técnico superior en Gestión Económico administrativa
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001
- Técnico en Sistemas de Gestión Medioambiental ISO 14001
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Salud y Seguridad Laboral
- Técnico en Gestión de la Seguridad de la información y de la Protección de datos
- Técnico en Community Manager
- Técnico en Marketing de contenidos
- Técnico en Gestión comercial de ventas
- Técnico en Dirección y gestión de Recursos humanos
- Técnico en Habilidades directivas
- Técnico en Formación 2.0
- Técnico en Gestión contable y análisis económico
- Técnico en Facturación y Gestión de Riesgos
- Técnico en Ofimática
- Técnicas para mandos intermedios: mejora de procesos y solución de problemas



Luis Tapia Aneas. Director de Aulaformacion

«La mente que se ensancha con una nueva idea, nunca vuelve a su dimensión original.» (Alvin Moscow)

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial es una iniciativa promovida por AULAFORMACION como Centro colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC), y empresa especializada en la impartición de formación a distancia a través de metodologías e-learning. Compuesta de un grupo de profesionales en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la formación en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Calidad, la Gestión, y de la Innovación empresarial.

AULAFORMACION (Aula Formación Conocimiento e Innovación S.L.) es la empresa del Grupo PM Consultores especializada en la gestión de la formación y en la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sector del aprendizaje y de la educación.

Grupo PM Consultores www.pmconsultores.com es una firma especializada en la gestión de proyectos de valor añadido en las áreas de la Gestión y Organización empresarial.

AULAFORMACION tiene por misión ser su aliado en la Formación. Disponemos de conocimiento e innovación, que queremos transmitir a nuestros clientes, a través del aprendizaje y de la Formación Empresarial para generar competitividad, mejorar habilidades personales u desarrollar capacidades profesionales.

En AULAFORMACION ofrecemos a cada persona una solución especializada de formación a distancia para su futuro. Contribuimos a que todas las personas ejerzan su derecho a tener la posibilidad de formarse a lo largo de la vida, dentro y fuera del sistema educativo, con el fin de adquirir, actualizar, completar y ampliar sus capacidades, conocimientos, habilidades, aptitudes y competencias para su desarrollo personal y profesional.

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial en la impartición de sus programas y cursos universitarios de especialización persigue la **formación en competencias** y la transformación y la **adaptación al cambio** de los diferentes perfiles profesionales, mediante la incorporación de nuevas tendencias de gestión y organización empresarial, y nuevas metodologías y herramientas.

Todos nuestros cursos están diseñados e impartidos por profesionales que trabajan en el sector de la Calidad, la Organización empresarial, la Consultoría y

la Formación Empresarial y se imparten en la modalidad a distancia bajo metodología de aprendizaje E-Learning, basada en una combinación de una acción tutorial constante y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

En todo momento, el alumno en el seguimiento de la formación impartida contará con soporte y ayuda de personal cualificado, tanto en los aspectos académicos y formativos (tutorización), como de coordinación y gestión administrativa, como en el uso y aprovechamiento de los recursos y del material que se sigue e imparte en la plataforma e-Learning.

Por último la Escuela de Calidad y Formación empresarial como medida para potenciar la inserción e integración de sus alumnos al Mercado laboral complementa en sus programas formativos con la realización de **Prácticas en empresas**, con carácter voluntario. Aulaformación y la UEMC otorgan a todos aquellos que se matriculen en estos cursos con prácticas una beca de reducción de precio (precio becado).

La **Escuela Interactiva de Marketing Digital (ESIMAD)** es una iniciativa de un grupo de profesionales del mundo de la Economía Digital en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la educación y el aprendizaje en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Gestión, de la innovación y el Marketing Digital.

Apostamos por una formación actual, que llegue a todos los rincones, con técnicas de educación y aprendizaje basadas en las nuevas tecnologías, y que potencie el **desarrollo de un nuevo profesional** “nativo digital” en los valores de la cultura 2.0.; un desarrollo y progreso de un nuevo profesional que pueda crear y desarrollar su “propia marca personal”, y en el que adquiera un “nuevo estilo de trabajo” basado en la superación y el reto, en el logro de sus propios méritos personales y en el carácter emprendedor.

Todo ello un **entorno de trabajo digital**, dónde cobra importancia la persona y los recursos humanos, dónde el máximo exponente es el **Equipo humano de formadores**, que con su conocimiento y experiencia profesional sabrán transmitir estos principios, valores y aptitudes, además de una experiencia basada en talento, conocimientos y hechos.

Para ello ofrecemos programas adecuados para los nuevos profesionales de la Sociedad Digital en los diferentes ámbitos de la gestión y del marketing.

Así con la garantía y el apoyo de la Universidad se ofrecen **Programas formativos certificados** en cursos profesionales técnicos, de experto y de postgrado dirigidos a la formación integral de profesionales del Marketing en Internet, Community Manager, Online Marketing Manager, Social Media Manager, Social media Strategics, Online Reputation Manager, Online Product Manager,...

