



ADGG032PO. Gestores online para el desarrollo de sitios web y e-commerce: práctica profesional

Sku: 363761N

Horas: 200

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos y aplicar las herramientas *online* que se emplean para la creación de una tienda *online*. - Conocer en qué consisten los gestores *online* de contenidos y poder evaluar cuál es el más conveniente para el diseño de un comercio electrónico. - Descubrir las tendencias sobre gestores de contenidos que se podrán experimentar en los próximos años. - Conocer las bases del *marketing* para saber alinear las estrategias comerciales de la empresa, en qué consisten los gestores *online* de contenidos y poder evaluar cuál es el más conveniente para el diseño de un comercio electrónico. - Determinar los distintos elementos que componen el comercio electrónico desde las distintas opciones a las que pueden optar los vendedores a cómo se debe organizar un proceso de logística y gestión de cobro. - Determinar los distintos elementos que componen el *Mobile Commerce* y el comercio electrónico desde distintos puntos de vista como son el control de métricas y las regulaciones legales. - Diferenciar los elementos y la información mínima que ha de tener una tienda *online*. - Conocer los recursos básicos para construir una página web. - Descubrir los conceptos de usabilidad y accesibilidad y su aplicación en páginas web y tiendas electrónicas. - Determinar los distintos elementos que generan y crean el posicionamiento de los sitios web junto las acciones de *marketing* en buscadores a realizar y control de métricas para medir el éxito de las campañas publicitarias. - Concretar una instalación completa del CMS *Prestashop* para instalar una tienda *online*. - Explicar los pasos a seguir por una empresa para poder vender sus artículos y productos mediante *Facebook*. - Conocer cómo poder conseguir ingresos mediante distintas acciones y estrategias.

CONTENIDOS

Unidad 1. Gestores *online* para la creación de páginas y tiendas virtuales

Introducción.

Introducción a los gestores de contenidos.

¿Qué son?

Orígenes de los gestores de contenidos.

Ventajas de los gestores de contenidos.

Gestores de contenidos comerciales *versus* gestores de contenidos libres.

¿Para qué se utilizan? Algunos ejemplos.

Resumen.

Unidad 2. El futuro de los gestores de contenidos

Introducción.

Otros gestores de contenidos.

¿Hacia dónde van los CMS?

Influencia e impacto.

Uso eficiente.

Tecnologías asociadas.

Resumen.

Unidad 3. Marketing

Introducción.

Introducción al *marketing*.

El nuevo panorama en el *marketingonline*.

La orientación al mercado.

Claves de una buena presencia en internet.

Publicidad en internet.

Reputación *online*.

El *Community Manager*.

Resumen.

Unidad 4. Introducción y modalidades del comercio electrónico

Introducción.

Introducción a las modalidades del comercio.

Modalidades del comercio electrónico.

Cómo es el comprador *online*.

Seguridad del consumidor.

Métodos de pago.

Logística.

Resumen.

Unidad 5. Mobile Commerce, métricas y legislación

Introducción.

Mobile Commerce.

Métricas del comercio electrónico.

Contratación electrónica.

Fiscalidad en el comercio electrónico.

Legislación.

Resumen.

Unidad 6. La interfaz de un gestor de contenidos. Elementos esenciales de una tienda *online*

Introducción.

La información corporativa y otros datos de interés.

El catálogo de productos o servicios.

El proceso de registro.

El proceso de compra.

El servicio de atención al cliente.

Resumen.

Unidad 7. Diseño web y arquitectura de la información

Introducción.

Introducción al diseño web.

El color.

Los gráficos y otros recursos multimedia.

La tipografía.

Introducción a la arquitectura de la información.

Definición de arquitectura de la información.

Fases para definir una AI.

Estructuras arquitectónicas.

Resumen.

Unidad 8. Usabilidad y accesibilidad

Introducción.

Introducción a la usabilidad.

Introducción. Conceptos.

Recomendaciones.

Diseño centrado en el usuario: metodologías y técnicas.

Introducción a la accesibilidad.

Introducción a los criterios de accesibilidad

Recomendaciones.

Relación entre accesibilidad y usabilidad.

Herramientas.

Resumen.

Unidad 9. Introducción al posicionamiento web

Introducción.

Posicionamiento web.

SEO.

SEM.

Parámetros de medición del rendimiento de las acciones de publicidad *online*.

Resumen.

Unidad 10. Creación y lanzamiento de un sitio web o tienda virtual. Instalación de *Prestashop*

Introducción.

Introducción a *Prestashop*.

Requisitos.

Descarga de *Prestashop*.

Pasos instalación.

Panel de control.

Descripción de panel de control.

Catálogo de productos.

Medios de pago.

Medios de transporte.

Pedidos.

Clientes.

Facturas.

Módulos.

Preferencias.

Resumen.

Unidad 11. Creación de una tienda virtual en *Facebook*

Introducción.

Redes sociales y el comercio electrónico.

Paquetes de creación de sitios *e-Commerce* – *Facebook*.

Resumen.

Unidad 12. Sacando partido al blog

Introducción.

Conocimientos necesarios.

Fuente de ingresos.

La audiencia de un blog, cesión de espacios, monetizar.

Programas de afiliación.

Donaciones.

Publicidad en el blog.

Merchandising.

Tu blog en tu dominio.

Resumen.