



Donostia · Bilbao · Madrid · Pamplona · Almedralejo · Sevilla · Querétaro

Denominación de la especialidad: HERRAMIENTAS GOOGLE

Familia Profesional: INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES

Área Profesional: COMUNICACIONES

Código: IFCM037PO

Objetivo general: Conocer las características principales de las distintas herramientas de Google (buscador, Google Apps, Gmail, Google Drive, Google Calendar, Google Docs, Google Sites , Google Maps, Google Hangouts).

Contenidos:

1. BUSCADOR DE GOOGLE

- 1.1. Introducción y objetivos
- 1.2. Búsquedas en Google
 - 1.2.1. Googlebot y PageRank
 - 1.2.2. Sistemas de búsqueda
- 1.3. Búsqueda avanzada
- 1.4. Búsqueda avanzada de imágenes
- 1.5. Resumen

2. GOOGLE APPS

- 2.1. Introducción y objetivos
- 2.2. Ventajas y beneficios para la empresa
- 2.3. Activar Google Apps
 - 2.3.1. Introducción
 - 2.3.2. Herramientas de G Suite
 - 2.3.3. Creación y activación de una cuenta en G Suite

4. Cómo personalizar Google App

- 4.1. La Consola de Administración
- 4.2. Ayuda para la configuración
- 4.3. Personalización de G Suite
- 4.4. Resumen

3: GMAIL

- 3.1. Introducción y objetivos

3.2. Servicios que ofrece Gmail para la empresa

3.2.1. Ventajas de Gmail para empresas

3.2.2. Configurar Gmail en G Suite

3.3. Resumen

4: DRIVE

4.1. Introducción y objetivos

4.2. ¿Qué es Google Drive?

4.3. Interface de Google Drive

4.4. Configuración de Google Drive

4.5. Resumen

5. CALENDAR

5.1. Introducción y objetivos

5.2. ¿Qué es Google Calendar?

5.3. Interfaz de Google Calendar

5.4. Trabajo y calendario

5.5. Sincronización

5.5.1. Introducción

5.5.2. Sincronización en distintos dispositivos

5.5.3. Solucionar problemas de sincronización con Google Calendar

5.6. Resumen

6: GOOGLE DOCS

6.1. Introducción y objetivos

6.2. Google Docs para la empresa

6.2.1. Introducción

6.2.2. Características

6.2.3. Trabajar con Google Docs sin conexión

6.2.4. Herramientas de Google Docs

6.2.4.1. Ver los cambios de un archivo

6.2.4.2. Buscar y sustituir

6.2.4.3. Usar la revisión ortográfica y la autocorrección

6.2.4.4. Contar las palabras de un documento

6.2.4.5. Traducir un documento

6.2.4.6. Utilizar en un documento el contenido sugerido

6.2.4.7. Escribir con tu voz

6.2.4.8. Usar Google Keep en tu documento

6.2.5. Compartir archivos de Google Docs

6.2.5.1. Introducción

6.2.5.2. Compartir el documento con ciertas personas

6.2.5.3. Compartir con cualquier usuario que reciba un enlace al documento

6.2.5.4. Compartir un documento de forma pública

6.2.5.5. Dejar de compartir un archivo

6.2.6. Comentarios en Google Docs

6.2.6.1. Diferentes maneras de realizar un comentario

6.2.6.2. Editar o eliminar un comentario y enviar un comentario a una persona específica

6.3. Grupos de Google para la empresa

6.3.1. Introducción

6.3.2. Qué puedes hacer con Grupos de Google

6.3.3. Cómo crear un grupo

6.4. Google vídeos para la empresa

6.5. Resumen

7. SITIOS Y BLOGS

7.1. Introducción y objetivos

7.2. Google sites para la empresa

7.2.1. Introducción

7.2.2. Crear un sitio web con Google Sites

7.2.3. Añadir, ordenar, anidar o eliminar páginas

7.2.4. Añadir contenido a una página de Sites

7.2. 4.1. Introducción

7.2. 4.2. Añadir texto

7.2.4.3. Añadir imágenes

7.2.4.4. Insertar otro tipo de contenido en nuestro site

7.5. Elegir un estilo para la web

7.5.1. Introducción

7.5.2. Obtener una vista previa del sitio web

7.5.3. Publicar el sitio web en Internet

7.5.4. Elegir quién puede editar un sitio web

7.5.5. Combinaciones de teclas

7.5.6. Eliminar un sitio web

7.6. Resumen

8. GOOGLE +

8.1. Introducción y objetivos

8.2. Google Hangouts

8.3. Google Hangouts. Videoconferencias para la empresa

8.3.1. Introducción

8.3.2. Empezar a usar Hangouts

8.3.3. Iniciar una videollamada

9. Google Maps

9.1. ¿Qué es Google Maps?

9.2. Funciones de Google Maps

9.3. Búsqueda básica de ubicaciones

9.4. Ventana de información

9.5. Capas de Google

9.6. Opciones con el botón derecho

9.7. Otras búsquedas en Google Maps

9.7.1. Negocios

9.7.2. Sitios

9.7.3. Coordena

9.7.4. Elementos geográficos

9.7.5. Acceso rápido a Street View

9.7.6. Creación de rutas con Google Maps

10. Youtube

10.1. Introducción

10.2. Búsqueda temática en Youtube

10.3. Otras plataformas de videos

10.4. Resumen

Modalidades de impartición: Presencial

Duración de la formación: 30 horas

Requisitos de acceso del alumnado: No se requiere.

Experiencia profesional: No se requiere.

Denominación de la especialidad: CAPTACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE EMAIL MARKETING, USO DE MAILCHIMP

Familia Profesional: COMERCIO Y MARKETING

Área Profesional: MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

Código: COMM094PO

Objetivo general: Planificar correctamente una campaña de email marketing con Mailchimp

Contenidos:

1. EMAIL MARKETING

1.1. Qué es el email marketing

1.2. Por qué utilizar el email marketing en nuestra estrategia online

1.3. Factores de éxito en email marketing

1.4. Definir los objetivos a alcanzar con el email marketing

1.5. Analiza lo que hace la competencia / mide, mide, mide

2. MAILCHIMP

2.1. Ventajas de Mailchimp frente a PHPList

2.2. Visión general de Mailchimp

2.3. Las listas en Mailchimp

2.4. Las campañas en Mailchimp

3. TU PRIMERA LISTA EN MAILCHIMP

3.1. Cómo crear una lista de correos en Mailchimp

3.2. Cómo personalizar una lista en Mailchimp

3.3. Campos obligatorios para suscribirse a una lista

4. EL FORMULARIO DE SUSCRIPCIÓN

4.1. Insertar el formulario de suscripción

4.2. Motivar a suscribirse

4.3. Lugares clave donde insertar el formulario de suscripción

5. DISEÑO DE NEWSLETTERS

5.1. Las plantillas de Mailchimp

5.2. Plantillas Premium de Themeforest

5.3. Factores clave en la selección de las plantillas

- 5.4. Cargar plantillas externas en Mailchimp
- 5.5. Modificación de plantillas en Mailchimp
- 6. CREACIÓN DE LA PRIMERA CAMPAÑA
 - 6.1. Cómo crear una campaña en Mailchimp
 - 6.2. Diferencia entre campaña y lista de correo
 - 6.3. Cómo visualizar la newsletter antes de su envío
 - 6.4. Cómo elegir el título de la newsletter
 - 6.5. Cómo elegir el nombre del quien envía la newsletter
 - 6.6. Otros puntos importantes a tener en cuenta
- 7. SEGUIMIENTO DE LA CAMPAÑA
 - 7.1. La importancia de medir
 - 7.2. La tasa de apertura
 - 7.3. Cálculo del CTR
 - 7.4. Qué hacer con los rebotes
 - 7.5. ¿Hay bajas? El por qué.
- 8. APRENDIENDO DE LOS ERRORES
 - 8.1. Cómo detectar lo que gusta y disgusta de nuestra newsletter
 - 8.2. Optimizar la lista de correo
 - 8.3. ¿Es la plantilla adecuada?
 - 8.4. Conseguir feedback de los usuarios
 - 8.5. Aumentar el rendimiento
- 9. CASO PRÁCTICO

Modalidades de impartición: Presencial

Duración de la formación: 10 horas

Requisitos de acceso del alumnado: No se requiere.

Experiencia profesional: No se requiere.