



**escola professional
d'aplicacions informàtiques**

CERTIFICA QUE:

Sergi Alarcón Recio

HA DEMOSTRADO POSEER EL NIVEL TÉCNICO SUFICIENTE EN EL CURSO DE:

ESTÁNDARES WEB (XHTML Y CSS)

INVIRTIENDO UN TOTAL DE **270** HORAS TEÓRICO-PRÁCTICAS.

OBTENIENDO LA CALIFICACIÓN DE: **APTO**

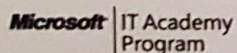
Barcelona, a 1 de Abril de 2016

Nº E.1897

Alumno/a

Jefe de Estudios

**Escola Professional
d'Aplicacions Informàtiques**



Plan de Estudios

TÉCNICO EN ESTANDARES WEB (XHTML Y CSS)

1. LENGUAJE XHTML

- 1.1. El W3C y la necesidad de estándares.
- 1.2. La web actual y el XHTML.
- 1.3. Los navegadores.
- 1.4. Arquitectura cliente servidor.
- 1.5. elementos XHTML.
- 1.6. Entidades carácter y codificación.
- 1.7. Optimización de pesos.
- 1.8. Estructura y normas básicas XHTML.
- 1.9. Creación de código XHTML válido.
- 1.10. Las diferentes partes de un documento.
- 1.11. Objetivos a conseguir para una correcta implementación.
- 1.12. Planificar la estructura del proyecto.
- 1.13. Subir la web al servidor.
- 1.14. aumentar la calidad de tu sitio web.
- 1.15. Fases de un proyecto web.
- 1.16. Enlaces entre diferentes documentos.
- 1.17. Conceptos teóricos sobre la técnica Ajax.
- 1.18. Comparación entre XHTML y HTML.
- 1.19. Teoría sobre la accesibilidad web.
- 1.20. Vinculación con hojas de estilo CSS.
- 1.21. Vinculación con JavaScript.
- 1.22. Ejemplos de uso de XHTML.
- 1.23. El uso de formularios.
- 1.24. Las extensiones de Firefox.
- 1.25. Los tipos de elementos y la semántica.
- 1.26. Errores comunes en XHTML.
- 1.27. Tipos de layout.
- 1.28. Ejercicios sobre estructuración de documentos.

2. HOJAS DE ESTILO CSS

- 2.1. Elementos generales de la especificación.
 - 2.2. Sintaxis CSS y tipos de datos básicos.
 - 2.3. Selectores.
 - 2.4. Asignación de valores a propiedades, cascada y herencia.
 - 2.5. Tipos de media.
 - 2.6. El box model.
 - 2.7. Formateo visual.
 - 2.8. Listas ordenadas y desordenadas.
 - 2.9. Colores y fondos.
 - 2.10. Fuentes.
 - 2.11. Textos.
 - 2.12. Interfaz de usuario.
 - 2.13. consejos.
 - 2.14. Reset.css
 - 2.15. Estudio de casos reales.
 - 2.16. Ejemplos y ejercicios de maquetación.
-



**escola professional
d'aplicacions informàtiques**

CERTIFICA QUE:

Sergi Alarcón Recio

HA DEMOSTRADO POSEER EL NIVEL TÉCNICO SUFICIENTE EN EL CURSO DE:

LENGUAJE EN HTML5 Y CSS3

INVIRTIENDO UN TOTAL DE **270** HORAS TEÓRICO-PRÁCTICAS.

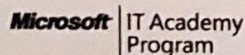
OBTENIENDO LA CALIFICACIÓN DE: **NOTABLE**

Barcelona, a 1 de Abril de 2016

Nº E.1897

Alumno/a

Jefe de Estudios



Plan de Estudios

TÉCNICO EN LENGUAJE HTML5 Y CSS3

1. LENGUAJE HTML5 Y CSS3

- 1.1. Correcta estructuración en HTML5.
- 1.2. Uso de nuevos selectores en el diseño.
- 1.3. Correcto uso de prefijos web.
- 1.4. Teoría de los colores.
- 1.5. Implementación de bordes redondeados y ovalados.
- 1.6. Implementación de sombras en cajas y textos.
- 1.7. Implementación de degradados web.
- 1.8. Teoría e implementación de múltiples fondos web.
- 1.9. Uso de elementos en HTML5.
- 1.10. Uso de Font-face y Google fonts.
- 1.11. Implementación de nuevos campos en formularios.
- 1.12. Validación de formularios mediante CSS3.
- 1.13. Expresiones regulares.
- 1.14. Elaboración de formularios complejos.
- 1.15. Uso de transformaciones mediante transiciones.
- 1.16. Animación web con CSS3.
- 1.17. Implementación de objetos canvas.
- 1.18. Adaptación web a smartphones y tablets.
- 1.19. Cross-browser mediante librerías javascript.



**escola professional
d'aplicacions informàtiques**

CERTIFICA QUE:


Sergi Alarcón Recio

HA DEMOSTRADO POSEER EL NIVEL TÉCNICO SUFICIENTE EN EL CURSO DE:
OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

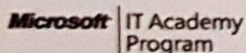
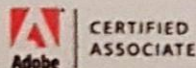
Barcelona, a 28 de Mayo de 2014

Alumno/a

Jefe de Estudios



**Escola Professional
d'Aplicacions Informàtiques**



Plan de Estudios

OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

1. CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA MÁS ADECUADA.

- 1.1. Estudiar el negocio del cliente.
- 1.2. Análisis de las palabras claves.
- 1.3. Análisis competitivo de las palabras clave.
- 1.4. Competidores.

2. NUESTRA PÁGINA A PRUEBA.

- 2.1. Estructura semántica.
- 2.2. Contenido de las páginas de nuestra web.
- 2.3. Código HTML.
- 2.4. Uso indebido de tablas anidadas.
- 2.5. Tiempo de carga de las páginas web.
- 2.6. Outgoing Links: Enlaces a otras web.
- 2.7. Principales palabras clave.
- 2.8. Antigüedad del dominio.
- 2.9. PageRank.
- 2.10. Alexa Traffic Rank.
- 2.11. DMOZ Listing.
- 2.12. Validación W3C de la página web.

3. GUÍA PRÁCTICA PARA LA OPTIMIZACIÓN WEB.

- 3.1. Optimización de la página.
- 3.2. Mejora del contenido de la página.
- 3.3. Popularidad de enlaces.

4. ALTA EN BUSCADORES E INTERCAMBIO DE ENLACES.

- 4.1. Alta en los principales buscadores.
- 4.2. Alta en directorios.

5. CREACIÓN DE INFORMES Y SEGUIMIENTO.

- 5.1. Reglas de oro para el seguimiento.
-



**escola professional
d'aplicacions informàtiques**

CERTIFICA QUE:

Sergi Alarcón Recio

HA DEMOSTRADO POSEER EL NIVEL TÉCNICO SUFICIENTE EN EL CURSO DE:

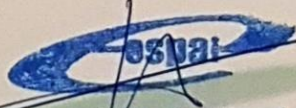
MASTER EN COMMUNITY MANAGER

Barcelona, a 1 de Abril de 2016

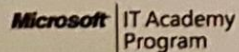
Alumno/a

Sergi

Jefe de Estudios


Escola Professional
d'Aplicacions Informàtiques

Enseñanza autorizada según ley 7/86 de 23 de mayo



Entença, 182 • 08029 Barcelona • Tel. 93 163 53 53 • Fax. 93 163 02 93
Info@espai.es • www.espai.es

Plan de Estudios

MASTER EN COMMUNITY MANAGER

1. Marketing online y Análisis Web.

- 1.1. La revolución de la web 2.0. Ahora el foco es el cliente.
- 1.2. Del Marketing de Masas al Marketing de Nichos: Long Tail.
- 1.3. Del banner estático a los widgets. ¿Qué formatos nos ayudan a vender?
- 1.4. Reputación Online e imagen de marca. ¿Qué es el community manager?
- 1.5. Viralizar nuestro mensaje. Atraer más usuarios a través de la red.
- 1.6. Llamadas a la acción y medición de resultados.
- 1.7. ¿Cómo podemos optimizar nuestra web para gustara a los buscadores?
- 1.8. Guía básica de Google Analytics.

2. Posicionamiento en buscadores.

- 2.1. Creación de la estrategia más adecuada.
- 2.2. Nuestra página a prueba.
- 2.3. Guía práctica para la optimización web.
- 2.4. Alta en buscadores e intercambio de enlaces.
- 2.5. Creación de informes y seguimiento.

3. Google Adwords.

- 3.1. Análisis previo: ¿Qué es la publicidad contextual?
- 3.2. Creación de campañas en Google Adwords.
- 3.3. ¿Cómo selecciono mis palabras clave?
- 3.4. ¿Cómo logro posicionarme frente a la competencia?
- 3.5. Palabras clave vs. Content targeting.
- 3.6. Guía esencial para el mantenimiento de las campañas en Google Adwords.

4. Google Analytics.

- 4.1. Instalación de Google Analytics.
- 4.2. Tipos de informes.
- 4.3. Configuración de filtros y objetivos.
- 4.4. Informes personalizados.
- 4.5. Segmentación personalizada.

5. Marketing en Redes Sociales.

- 5.1. ¿Qué son las Redes Sociales? ¿Cómo funcionan?
- 5.2. Estrategias efectivas de marketing online en las principales Redes Sociales.
- 5.3. Cómo lanzar mi empresa en Facebook, Twitter y LinkedIn.
- 5.4. Recursos interesantes: Slideshare y Youtube.
- 5.5. Redes Sociales y Geolocalización Foursquare.

6. Workshop: Creación de una página de Facebook.

- 6.1. Creación de una página de empresa en Facebook.
- 6.2. Aproximación al panel de control de Facebook y todas sus opciones.
- 6.3. Recursos interesantes para personalizar nuestra página y diferenciarnos de la competencia.
- 6.4. Desarrollar promociones dentro de nuestra página de Facebook.

7. Workshop: Email Marketing.

- 7.1. Introducción.
 - 7.2. Creación de una newsletter paso a paso.
 - 7.3. Envío de nuestra newsletter a través de la plataforma de envíos.
-