

Organiza:



Cofinancian:



PLAN FORMATIVO MODALIDAD I

Modalidad Acción: TELEFORMACIÓN
Nº de la Acción: FPTO/2019/927/034
Familia Profesional: COM / COMERCIO Y MARKETING
Tipo Especialidad: NUEVA ESPECIALIDAD

AC6 @ '6I G-B9GG'GHF5 H9; M

Objetivo general del curso:

UTILIZAR DE FORMA EFICAZ LOS NUEVOS DISPOSITIVOS EN LAS ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA, ANALIZANDO LAS POSIBILIDADES QUE OFRECEN, Y SUS VENTAJAS RESPECTO A CADA UNA DE LAS ÁREAS DE LA ORGANIZACIÓN.

Desglose de horas de la acción formativa:

TELEFORMACIÓN	
Horas	30
Horas Teleformación	30

Contenidos:

MÓDULOS FORMATIVOS

- MCOMMERCE
- DISPOSITIVOS EN EL MERCADO
- APLICACIONES

TOTAL HORAS ESPECIALIDAD: 30

Descripción de los Módulos Formativos

Módulo: MCOMMERCE
Horas: 10
Orden: 1

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- CONOCER Y DOMINAR EL USO DE LAS HERRAMIENTAS MOBILE
- ENTENDER LAS DISTINTAS POSIBILIDADES DEL FENÓMENO MOBILE
- CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL MCOMMERCE
- CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL MOBILE MARKETING

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

Organiza:



Cofinancian:



- APLICAR LOS RECURSOS ONLINE DISPONIBLES PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MCOMMERCE
- ELABORAR ESTRATEGIAS PARA EL MOBILE MARKETING
- CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA QUE UTILIZA MCOMMERCE
- CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA QUE UTILIZA MOBILE MARKETING

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 1.1. COMPORTAMIENTO DEL USUARIO MCOMMERCE
- 1.2. IMPORTANCIA DEL MOBILE MARKETING

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MCOMMERCE
- ANALIZAR LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MOBILE MARKETING

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA QUE UTILIZA MCOMMERCE	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
APLICAR LOS RECURSOS ONLINE DISPONIBLES PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MCOMMERCE	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA QUE UTILIZA MOBILE MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
ELABORAR ESTRATEGIAS PARA EL MOBILE MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.

Módulo: DISPOSITIVOS EN EL MERCADO

Horas: 10

Orden: 2

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

Organiza:



Cofinancian:



- COMPRENDER EL NEGOCIO ASOCIADO AL MOBILITY
- CONOCER LAS TECNOLOGÍAS ASOCIADAS PARA UNA CORRECTA VALORACIÓN DE ALTERNATIVAS.
- CONOCER EN PROFUNDIDAD LA CASUÍSTICA ESPECÍFICA EN TORNO A LA ELABORACIÓN DE APLICACIONES EN DISPOSITIVOS MÓVILES, ASÍ COMO LOS PRINCIPALES REFERENTES DEL MERCADO.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- APLICAR LOS RECURSOS DISPONIBLES PARA UTILIZAR EL TIPO DE DISPOSITIVO QUE MÁS SE AJUSTE A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA
- ANALIZAR LOS SISTEMAS OPERATIVOS QUE MÁS SE AJUSTEN A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA
- ANALIZAR LAS VENTAJAS Y DIFERENCIAS ENTRE LOS DIFERENTES DISPOSITIVOS DISPONIBLES.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 2.1. DIFERENTES DISPOSITIVOS
- 2.2. SISTEMAS OPERATIVOS

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS DISTINTOS SISTEMAS OPERATIVOS
- CLASIFICAR LOS SISTEMAS OPERATIVOS SEGÚN SUS PRINCIPALES USOS
- CLASIFICAR LOS DISTINTOS DISPOSITIVOS SEGÚN SUS PRINCIPALES USOS

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. ANALIZAR LAS VENTAJAS Y DIFERENCIAS ENTRE LOS DIFERENTES DISPOSITIVOS DISPONIBLES.	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
1. APLICAR LOS RECURSOS DISPONIBLES PARA UTILIZAR EL TIPO DE DISPOSITIVO QUE MÁS SE AJUSTE A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA.	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
2. ANALIZAR LOS SISTEMAS OPERATIVOS QUE MÁS SE AJUSTEN A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA.	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.

Módulo: APLICACIONES

Horas: 10

Orden: 3

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- OBTENER UNA DOBLE VISIÓN TANTO A NIVEL TECNOLÓGICO COMO DE MARKETING Y NEGOCIO, QUE AYUDE A EVALUAR LA IDONEIDAD DE UTILIZAR DIFERENTES APLICACIONES MOBILE, SU COSTE, TECNOLOGÍAS A UTILIZAR, POSIBLES BENEFICIOS, ETC.
- ENTENDER LOS PROCESOS A LLEVAR A CABO DE CARA A ESTABLECER LA PUBLICIDAD DE UNA EMPRESA DESDE EL FENÓMENO MOBILE.
- CONOCER LAS VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD MÓVIL

Organiza:



Cofinancian:



COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- ANALIZAR LOS TIPOS DE APLICACIONES, SUS VENTAJAS Y COSTES PARA DECIDIR CUÁL SE AJUSTA MÁS A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA
- PLANIFICAR LA ESTRATEGIA DE MARKETING MÓVIL DE LA EMPRESA
- IMPLEMENTAR UN PLAN DE PUBLICIDAD MÓVIL

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 3.1. TIPOS DE APLICACIONES
- 3.2. PUBLICIDAD MÓVIL
- 3.3. ASO
- 3.4. ESTRATEGIA MOBILE

CONTENIDOS PRACTICOS:

- CLASIFICAR LOS DISTINTOS TIPOS DE APLICACIONES Y SUS USOS
- REALIZAR UN ESQUEMA SOBRE UNA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD MÓVIL
- REALIZAR UN ESQUEMA SOBRE UNA ESTRATEGIA MOBILE

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. IMPLEMENTAR UN PLAN DE PUBLICIDAD MÓVIL.	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
1. ANALIZAR LOS TIPOS DE APLICACIONES, SUS VENTAJAS Y COSTES PARA VALORAR CUAL SE AJUSTA MÁS A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA.	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
2. PLANIFICAR LA ESTRATEGIA DE MARKETING MÓVIL DE LA EMPRESA.	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.

2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS ASOCIADAS

Denominación	Tipo Especialidad	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias asociadas			

- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS NUEVAS

Denominación	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias nuevas		

Organiza:



Cofinancian:



3. PARTICIPANTES POR GRUPO DE LA ACCIÓN FORMATIVA

NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS ALUMNOS EXIGIDA EN LA FORMACIÓN A IMPARTIR

Nivel de acceso del alumno:

Nivel 1

Nivel profesional o técnico:

Experiencia Profesional:	No se requiere experiencia profesional en la materia
Conocimientos:	No se requiere conocimientos previos en la materia