

Organiza:



Cofinancian:



PLAN FORMATIVO MODALIDAD I

Modalidad Acción: TELEFORMACIÓN
Nº de la Acción: FPTO/2018/926/027
Familia Profesional: COM / COMERCIO Y MARKETING
Tipo Especialidad: NUEVA ESPECIALIDAD

86 D'8 = +5 @6I G-B9GG'DFC; F5A

Objetivo general del curso:

DISEÑAR Y GESTIONAR EL MEJOR PLAN DE MARKETING ONLINE, INTEGRADO, COMPLETO Y OPERATIVO, PREPARANDO AL TRABAJADOR PARA AFRONTAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL IMPLEMENTANDO LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS PARA ESTE PROCESO Y SUGIRIENDO LA ADAPTACIÓN DE TODAS LAS ÁREAS ESTRATÉGICAS DEL NEGOCIO.

Desglose de horas de la acción formativa:

TELEFORMACIÓN	
Total	200
Horas Teleformación	200

Contenidos:

MÓDULOS FORMATIVOS

- ECOSISTEMA DIGITAL
- ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL
- MOBILE & COMMERCE INTERNET
- REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE MARCAS ONLINE
- POSICIONAMIENTO WEB
- MARKETING DE CONTENIDOS
- COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DIGITAL EN EL ENTORNO MÓVIL
- SOCIAL MEDIA STRATEGY

TOTAL HORAS ESPECIALIDAD: 200

Descripción de los Módulos Formativos

Módulo: ECOSISTEMA DIGITAL
Horas: 25
Orden: 1

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

Organiza:



Cofinancian:



- CONOCER LOS FUNDAMENTOS, RESTRICCIONES, BENEFICIOS Y HERRAMIENTAS PARA APLICAR LEAN STARTUP EN FUNCIÓN DE SU TIPOLOGÍA Y CONTEXTO.
- CONOCER Y ENTENDER LAS DINÁMICAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y LAS METODOLOGÍAS DE INTRAEMPRENDIMIENTO.
- ENTENDER LOS CONCEPTOS DE PRODUCT BACKLOG, INCREMENTO Y SPRINT.
- COMPRENDER LAS VENTAJAS QUE OFRECEN LAS HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA COORDINACIÓN DE EQUIPOS A TRAVÉS DE DIFERENTES LOCALIZACIONES.
- RECONOCER EL PENSAMIENTO CREATIVO COMO A LA TRANSFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- IMPLEMENTAR DINÁMICAS, HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍAS DE DIRECCIÓN ÁGIL DE PROYECTOS PARA ABORDAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL.
- DISEÑAR UN MODELO DE NEGOCIO EFICAZ.
- CREAR UN SISTEMA DE TRABAJO REMOTO EN LA EMPRESA A TRAVÉS DE LAS HERRAMIENTAS Y LOS PROCEDIMIENTOS ADECUADOS.
- UTILIZAR EL PENSAMIENTO CREATIVO PARA APLICAR TECNOLOGÍAS, HERRAMIENTAS Y DINÁMICAS DE OTROS SECTORES EN EL PROPIO.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 1.1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA.
- 1.2. GENERACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO.
- 1.3. LEAN STARTUP.
- 1.4. DESIGN THINKING.
- 1.5. GESTIÓN ÁGIL DE PROYECTOS CON SCRUM.
- 1.6. CULTURA Y ORGANIZACIÓN DE STARTUPS.
- 1.7. TALENTO Y EMPRESA DIGITAL.
- 1.8. TRABAJO EN REMOTO.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- MANEJAR LAS HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS NECESARIAS PARA VALIDAR Y DISEÑAR UN MODELO DE NEGOCIO ADAPTADO AL ECOSISTEMA DIGITAL.
- IDENTIFICAR LAS NECESIDADES, DETERMINAR LOS RECURSOS Y ESTABLECER LOS MECANISMOS DE CONTROL PARA LOGRAR UN EFICIENTE Y PERMANENTE FUNCIONAMIENTO NEGOCIO.
- ANALIZAR EL MODELO DE NEGOCIO EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES.
- IDENTIFICAR EL PATRÓN DE MODELO DE NEGOCIO ADECUADO UTILIZANDO LOS MEDIOS Y RECURSOS DISPONIBLES PARA SU PUESTA EN MARCHA.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
4. UTILIZAR EL PENSAMIENTO CREATIVO PARA APLICAR TECNOLOGÍAS, HERRAMIENTAS Y DINÁMICAS DE OTROS SECTORES EN EL PROPIO.	<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. DISEÑAR UN MODELO DE NEGOCIO EFICAZ.	<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.
3. CREAR UN SISTEMA DE TRABAJO REMOTO EN LA EMPRESA A TRAVÉS DE LAS HERRAMIENTAS Y LOS PROCEDIMIENTOS ADECUADOS.	<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. IMPLEMENTAR DINÁMICAS, HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍAS DE DIRECCIÓN ÁGIL DE PROYECTOS PARA ABORDAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL.	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.

Organiza:



Cofinancian:



TRANSFORMACIÓN DIGITAL.	<ul style="list-style-type: none"> - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN. 	<p>DESARROLLO DEL MÓDULO.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
-------------------------	--	--

Módulo: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Horas: 25

Orden: 2

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- CONOCER LA ACTUALIDAD DEL MARKETING DIGITAL.
- DESCUBRIR LAS CARACTERÍSTICAS DEL MARKETING EN CADA MOMENTO DE LA HISTORIA.
- COMPRENDER LA APORTACIÓN DEL MARKETING ONLINE PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- OBTENER LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA DEFINIR ESTRATEGIAS DE MARKETING ACORDES AL ENTORNO DIGITAL Y MÓVIL.
- CREAR Y DESARROLLAR UN BUYER PERSONA.
- PLANIFICAR LOS OBJETIVOS DE LAS CAMPAÑAS DE MARKETING EN FUNCIÓN DEL BUYER PERSONA.
- POSICIONAR NUESTRA MARCA A TRAVÉS DE UN PLAN DE MARKETING.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 2.1. EL MARKETING Y SU EVOLUCIÓN.
- 2.2. BUYER PERSONA.
- 2.3. MARKETING EN REDES SOCIALES.
- 2.4. INBOUD MARKETING.
- 2.5. MOBILE MARKETING.
- 2.6. MARKETING VIRAL.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR LA INFLUENCIA DE LOS CAMBIOS Y MOVIMIENTOS SOCIALES EN LA EVOLUCIÓN DEL MARKETING.
- DISTINGUIR LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS DEL MARKETING DIGITAL.
- INVESTIGAR LAS HERRAMIENTAS PARA CONSTRUIR UN BUYER PERSONA.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
2. CREAR Y DESARROLLAR UN BUYER PERSONA.	<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.
4. POSICIONAR NUESTRA MARCA A TRAVÉS DE UN PLAN DE 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.
1. OBTENER LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA DEFINIR ESTRATEGIAS DE MARKETING ACORDES AL ENTORNO DIGITAL Y 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. 	<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.

Organiza:



Cofinancian:



	- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. - TEST DE EVALUACIÓN.	MÓDULO. - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
3. PLANIFICAR LOS OBJETIVOS DE LAS CAMPAÑAS DE MARKETING EN FUNCIÓN DEL BUYER PERSONA.	- 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.	- 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: MOBILE & COMMERCE INTERNET

Horas: 25

Orden: 3

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- ENTENDER LAS DISTINTAS POSIBILIDADES DE NEGOCIO QUE OFRECE EL ENTORNO MOBILE.
- COMPRENDER LA CADENA DE VALOR DEL E-COMMERCE.
- CONOCER LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA ASOCIADA AL E-COMMERCE.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- IMPLANTAR UN SISTEMA DE PAGO MÓVIL DENTRO DE UN NEGOCIO APLICANDO LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS.
- GESTIONAR LA MONETIZACIÓN DE NUESTRO NEGOCIO A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES.
- IMPLEMENTAR UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA APLICACIÓN MÓVIL EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 3.1. APLICACIONES MÓVILES Y SUS MODELOS DE NEGOCIO.
- 3.2. SISTEMAS Y MÉTODOS DE PAGO MÓVILES.
- 3.3. NEAR FIELD COMMUNICATION (NFC), TECNOLOGÍA DE COMUNICACIÓN INALÁMBRICA DE CORTO ALCANCE Y ALTA FRECUENCIA.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ELABORAR UNA LISTA DE OBJETIVOS Y REQUISITOS NECESARIOS PARA PONER EN MARCHA UN SISTEMA DE PAGO MÓVIL.
- ANALIZAR LAS APLICACIONES MÓVILES Y SUS CORRESPONDIENTES MODELOS DE NEGOCIO.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. IMPLEMENTAR UN MODELO DE NEGOCIO PARA UNA APLICACIÓN MÓVIL EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA.	- 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.	- 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. GESTIONAR LA MONETIZACIÓN DE NUESTRO NEGOCIO A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES.	- 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.	- 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. IMPLANTAR UN SISTEMA DE PAGO MÓVIL DENTRO DE UN NEGOCIO	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO

Organiza:



Cofinancian:



<p>APLICANDO LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS.</p>	<p>CONTENIDO.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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"> - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
--	--	--

Módulo: REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE MARCAS ONLINE

Horas: 25

Orden: 4

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- CONOCER LA REPUTACIÓN ONLINE DE TU MARCA.
- ENTENDER LAS FASES DE LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE.
- DESCUBRIR LAS HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- DIRIGIR Y GESTIONAR LA REPUTACIÓN DE LA MARCA EN LAS DIFERENTES PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES.
- PLANIFICAR Y ADMINISTRAR LA PRESENCIA EN REDES SOCIALES PARA POTENCIAR LA IMAGEN Y GESTIONAR LAS CRISIS DE REPUTACIÓN ONLINE.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 4.1. REPUTACIÓN ONLINE DE TU MARCA.
- 4.2. PASOS PARA LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE.
- 4.3. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- INVESTIGAR LAS ACCIONES QUE SE HAN DE IMPLEMENTAR PARA MEJORAR LA REPUTACIÓN CORPORATIVA DE LA MARCA.
- ANALIZAR LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS SOCIALES PARA GESTIONAR MENSAJES NEGATIVOS ONLINE Y COMUNICACIÓN DE CRISIS ONLINE.
- EXPLORAR LOS PASOS PARA GESTIONAR LA REPUTACIÓN ONLINE DE LA MARCA DIARIAMENTE.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
<p>2. PLANIFICAR Y ADMINISTRAR LA PRESENCIA EN REDES SOCIALES PARA POTENCIAR LA IMAGEN Y GESTIONAR LAS CRISIS DE REPUTACIÓN ONLINE.</p>	<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.
<p>1. DIRIGIR Y GESTIONAR LA REPUTACIÓN DE LA MARCA EN LAS DIFERENTES PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES.</p>	<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: POSICIONAMIENTO WEB

Horas: 25

Orden: 5

Organiza:



Cofinancian:



Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- COMPRENDER LA IMPORTANCIA DEL POSICIONAMIENTO PARA INCREMENTAR LAS VISITAS A UNA WEB.
- CONOCER LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PARA IDENTIFICAR LAS MÁS ADECUADAS EN FUNCIÓN NEGOCIO.
- ENTENDER LA IMPORTANCIA DE PRIORIZAR LOS OBJETIVOS PARA PODER MONITORIZARLOS.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- POSICIONAR UNA PÁGINA WEB EN LAS PRIMERAS POSICIONES DE LOS BUSCADORES Y RENTABILIZARLA MEDIANTE TÉCNICAS SEO, SEM Y ANALÍTICA WEB.
- DETECTAR LAS NECESIDADES DE UN SITIO WEB EN CUANTO A POSICIONAMIENTO EN BASE A LOS CLIENTES Y EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.
- DESARROLLAR UN PLAN DE POSICIONAMIENTO EN CUALQUIER BUSCADOR E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA MANTENER ESTE LUGAR.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 5.1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA WEB?
- 5.2. MARCAR OBJETIVOS Y MEDIRLOS
- 5.3. POSICIONAMIENTO WEB: SEO Y SEM.
- 5.4. MEDICIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR LOS ACTUALES MÉTODOS DE POSICIONAMIENTO WEB EN LOS PRINCIPALES BUSCADORES DE INTERNET.
- IDENTIFICAR LAS ESTRATEGIAS ÚTILES DE POSICIONAMIENTO.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
1. POSICIONAR UNA PÁGINA WEB EN LAS PRIMERAS POSICIONES DE LOS BUSCADORES Y RENTABILIZARLA MEDIANTE TÉCNICAS SEO, SEM Y ANALÍTICA WEB.	<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.
3. DESARROLLAR UN PLAN DE POSICIONAMIENTO EN CUALQUIER BUSCADOR E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA MANTENER ESTE LUGAR.	<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. DETECTAR LAS NECESIDADES DE UN SITIO WEB EN CUANTO A POSICIONAMIENTO EN BASE A LOS CLIENTES Y EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.	<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: MARKETING DE CONTENIDOS

Horas: 25

Orden: 6

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- CONOCER LOS PRINCIPALES PASOS PARA LA ELABORACIÓN DE CONTENIDOS ÚTILES EN FUNCIÓN DEL

Organiza:



Cofinancian:



BUYER PERSONA.

- ENTENDER LAS POSIBILIDADES QUE EL MARKETING DE CONTENIDOS OFRECE A UNA MARCA.
- DESCUBRIR LAS DIFERENCIAS ENTRE INBOUND MARKETING Y MARKETING DE CONTENIDOS.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- DISTINGUIR Y MANEJAR LOS DIFERENTES FORMATOS Y SOPORTES DISPONIBLES PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS.
- EVITAR LOS PRINCIPALES ERRORES COMUNES DEL MARKETING DE CONTENIDOS.
- DESARROLLAR UN BUYER PERSONA PARA ENFOCAR NUESTRO NEGOCIO E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS EN RELACIÓN AL MISMO.
- CREAR Y GESTIONAR CONTENIDO ÚTIL PARA NUESTRO BUYER PERSONA.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 6.1. MARKETING DE CONTENIDOS.
- 6.2. CREAR CONTENIDOS ÚTILES PARA NUESTRO BUYER PERSONA.
- 6.3. MARKETING DE CONTENIDOS VS INBOUND MARKETING.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR LA INFLUENCIA DEL MARKETING DE CONTENIDOS PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE UN NEGOCIO.
- IDENTIFICAR EL CONTENIDO ÚTIL EN FUNCIÓN DE LA AUDIENCIA.
- EXAMINAR LOS POSIBLES ERRORES DENTRO DE UNA CAMPAÑA DE MARKETING DE CONTENIDOS Y SUS CONSECUENCIAS.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
2. EVITAR LOS PRINCIPALES ERRORES COMUNES DEL MARKETING DE CONTENIDOS.	<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.
4. CREAR Y GESTIONAR CONTENIDO ÚTIL PARA NUESTRO BUYER PERSONA.	<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. DISTINGUIR Y MANEJAR LOS DIFERENTES FORMATOS Y SOPORTES DISPONIBLES PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS.	<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.
3. DESARROLLAR UN BUYER PERSONA PARA ENFOCAR NUESTRO NEGOCIO E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS EN RELACIÓN AL MISMO.	<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: COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DIGITAL EN EL ENTORNO MÓVIL

Horas: 25

Orden: 7

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- CONOCER LAS VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD DIGITAL.
- ENTENDER LOS DIFERENTES TIPOS DE FORMATOS DE PUBLICIDAD MÓVIL.
- COMPRENDER LAS FASES DEL PROCESO ASO Y DESCUBRIR HERRAMIENTAS ÚTILES PARA GESTIONAR ESTAS TÉCNICAS.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD TENIENDO EN CUENTA LOS DISTINTOS FORMATOS MÓVILES.
- OPTIMIZAR NUESTRAS APLICACIONES MÓVILES A TRAVÉS DE TÉCNICAS ASO.
- PROMOCIONAR APLICACIONES MÓVILES A TRAVÉS DE DIVERSOS CANALES.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 7.1. ECOSISTEMA DE LA PUBLICIDAD MÓVIL.
- 7.2. FORMATOS DE PUBLICIDAD MÓVIL.
- 7.3. ASO.
- 7.4. MANERAS DE PROMOCIONAR UNA APP.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR EL PAPEL DE LA PUBLICIDAD EN EL ENTORNO SOCIAL Y MOBILE.
- IDENTIFICAR Y EXAMINAR LOS DIFERENTES AGENTES DEL ECOSISTEMA DE PUBLICIDAD MÓVIL.
- INVESTIGAR LAS ESTRATEGIAS MÓVILES PARA GESTIONAR LA PUBLICIDAD.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. PROMOCIONAR APLICACIONES MÓVILES A TRAVÉS DE DIVERSOS CANALES.	<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. IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD TENIENDO EN CUENTA LOS DISTINTOS FORMATOS MÓVILES.	<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. OPTIMIZAR NUESTRAS APLICACIONES MÓVILES A TRAVÉS DE TÉCNICAS ASO.	<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: SOCIAL MEDIA STRATEGY

Horas: 25

Orden: 8

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

Organiza:



Cofinancian:



- CONOCER LOS FUNDAMENTOS DE UN PLAN DE SOCIAL MEDIA.
- DESCUBRIR LAS FUNCIONES, METAS Y OBJETIVOS DE UN COMMUNITY MANAGER.
- ENTENDER LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR UN SOCIAL MEDIA PLAN.
- COMPRENDER LA ESTRUCTURA DE LAS ESTRATEGIAS DE BRANDING Y OTRAS TÉCNICAS PARA REFORZAR LA IMAGEN DE MARCA.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- PLANTEAR OBJETIVOS CLAROS Y CONCISOS PARA DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING.
- IMPLEMENTAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA MARKETING MONITORIZANDO LAS ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES.
- GESTIONAR LA MARCA REFORZANDO SU IMAGEN Y POTENCIANDO EL ENGAGEMENT CON LOS USUARIOS A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS DE BRANDING.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 8.1. SOCIAL MEDIA MARKETING PLAN.
- 8.2. COMMUNITY MANAGER.
- 8.3. BRANDING.
- 8.4. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- DETERMINAR LAS FASES DEL PROCESO DE UN SOCIAL MEDIA MARKETING PLAN.
- ANALIZAR LAS DIFERENTES TAREAS DE UN COMMUNITY MANAGER Y SUS ESTRATEGIAS.
- INVESTIGAR LAS DIFERENTES PLATAFORMAS SOCIALES SIENDO CONSCIENTES DE LO QUE PUEDEN OFRECER A NUESTRO PLAN DE MARKETING EN REDES SOCIALES.
- ESTUDIAR LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS DE BRANDING PARA ALCANZAR EL ÉXITO.

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

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. GESTIONAR LA MARCA REFORZANDO SU IMAGEN Y POTENCIANDO EL ENGAGEMENT CON LOS USUARIOS A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS DE BRANDING.	<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. IMPLEMENTAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA MARKETING MONITORIZANDO LAS ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES.	<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. PLANTEAR OBJETIVOS CLAROS Y CONCISOS PARA DISEÑAR UN PLAN DE 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.

2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS ASOCIADAS

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

Organiza:



Cofinancian:



- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS NUEVAS

Denominación	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias nuevas		

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