

Organiza:



Cofinancian:



## PLAN FORMATIVO MODALIDAD I

**Modalidad Acción:** TELEFORMACIÓN  
**Nº de la Acción:** FPTO/2018/926/034  
**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	
<b>Total</b>	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
APLICAR LOS RECURSOS ONLINE DISPONIBLES PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MCOMMERCE	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.</li></ul>
CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA QUE UTILIZA MCOMMERCE	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.</li></ul>
CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA QUE UTILIZA MOBILE MARKETING	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.</li></ul>
ELABORAR ESTRATEGIAS PARA EL MOBILE MARKETING	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.</li></ul>

**Módulo:** DISPOSITIVOS EN EL MERCADO

**Horas:** 10

**Orden:** 2

**Competencias Profesionales a adquirir:**

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- COMPRENDER EL NEGOCIO ASOCIADO AL MOBILITY
- CONOCER LAS TECNOLOGÍAS ASOCIADAS PARA UNA CORRECTA VALORACIÓN DE ALTERNATIVAS.

Organiza:



Cofinancian:



- 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
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"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.</li></ul>
ANALIZAR LAS VENTAJAS Y DIFERENCIAS ENTRE LOS DIFERENTES DISPOSITIVOS DISPONIBLES.	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.</li></ul>
ANALIZAR LOS SISTEMAS OPERATIVOS QUE MÁS SE AJUSTEN A LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.</li><li>- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.</li><li>-TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.</li></ul>

**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

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

Organiza:



Cofinancian:



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

**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

Organiza:



Cofinancian:



Nivel profesional o técnico:

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