



# Catálogo de Especialidades Formativas

## PROGRAMA FORMATIVO

### **Procedimientos básicos en el marketing digital y redes sociales**

Diciembre 2021

## IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

<b>Denominación de la especialidad:</b>	PROCEDIMIENTOS BÁSICOS EN EL MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES
<b>Familia Profesional:</b>	COMERCIO Y MARKETING
<b>Área Profesional:</b>	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
<b>Código:</b>	COMM45
<b>Nivel de cualificación profesional:</b>	1

### Objetivo general

Describir y desarrollar estrategias comunicativas y técnicas de publicidad adaptadas a las posibilidades que ofrecen los entornos digitales social media, identificando las ocupaciones derivadas de este sector

### Relación de módulos de formación

<b>Módulo 1</b>	Contexto laboral	15 horas
<b>Módulo 2</b>	Redes Sociales	30 horas
<b>Módulo 3</b>	Técnicas de publicidad y comunicación en las Redes Sociales	40 horas
<b>Módulo 4</b>	Comunidades virtuales	40 horas

### Modalidades de impartición

**Presencial**

### Duración de la formación

**Duración total** 125 horas

### Requisitos de acceso del alumnado

No se requieren acreditaciones/titulaciones. No obstante, se han de poseer las habilidades de comunicación lingüística suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

### Prescripciones de formadores y tutores

<b>Acreditación requerida</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"><li>- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li><li>- Diplomado, Ingeniero, Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li><li>- Técnico o Técnico Superior de la familia profesional Comercio y marketing</li><li>- Certificado de Profesionalidad de nivel 2 o 3 de la familia profesional Comercio y marketing</li></ul>
<b>Experiencia profesional mínima requerida</b>	Mínimo de 2 años de experiencia en la familia profesional de Comercio y el marketing

<b>Competencia docente</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificado de Profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para la Ocupación.</li> <li>- Máster universitario de formación de formadores.</li> <li>- Experiencia docente mínima de dos años académicos</li> </ul>
----------------------------	---

#### Justificación de las prescripciones de formadores y tutores

- Documentación acreditativa de la titulación.
- Documentación acreditativa de la experiencia laboral: vida laboral, contratos de trabajo y/o certificados de empresa.

#### Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m <sup>2</sup> para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45 m <sup>2</sup>	2,4 m <sup>2</sup> / participante

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesa y silla para el formador</li> <li>- Mesas y sillas para el alumnado</li> <li>- Material de aula</li> <li>- Pizarra</li> <li>- PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador</li> <li>- PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los alumnos.</li> <li>- Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa</li> </ul>

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m<sup>2</sup>/ participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

#### Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 26511021 Redactores de publicidad.
- 26511030 Técnicos/cas en estudio de mercado y opinión pública (marketing)
- 26511049 Técnicos/cas en publicidad y/o relaciones públicas.

#### Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo)

## DESARROLLO MODULAR

### MÓDULO DE FORMACIÓN 1: CONTEXTO LABORAL

#### OBJETIVO

Identificar las características del sector, así como las ocupaciones y formación necesarias para su ejercicio, valorando los sectores económicos del territorio donde se pueden desarrollar

**DURACIÓN :** 15 horas

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

##### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Interpretación del funcionamiento del mercado de trabajo del entorno más cercano analizando las empresas del sector económico
  - Análisis del trabajo como pieza clave de desarrollo de la persona.
  - Sector económico y perfil profesional.
  - Organización de una empresa-tipo del sector.
  - Autoempleo en el sector profesional.
- Identificación de las competencias profesionales requeridas para la ocupación
  - Formación como proceso de aprendizaje a lo largo de la vida.
  - Competencias profesionales y capacidades clave de la ocupación.
- Identificación de las competencias y habilidades propias necesarias para el ejercicio de la ocupación:
  - Autoevaluación de las competencias profesionales y transversales
  - Transferencia del propio capital competencial hacia el empleo.

##### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Demostración de actitudes positivas e interés hacia las ocupaciones y necesidades del mercado de trabajo
- Predisposición e interés por la búsqueda, identificación y localización de empresas diana del territorio
- Asimilación de la importancia del conocimiento de las competencias y habilidades necesarias para el ejercicio de los empleos, tomando conciencia de las propias y mostrando predisposición para el aprendizaje

### MÓDULO DE FORMACIÓN 2: REDES SOCIALES

#### OBJETIVO

Identificar las características generales de las redes sociales, las estrategias publicitarias y los dispositivos que se utilizan para las campañas desde la perspectiva de negocio empresarial.

**DURACIÓN:** 30 horas

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

##### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación del origen de las Redes Sociales.
  - Primeras redes sociales y su origen.
  - Redes sociales actuales.

- Descripción de los Marcadores Sociales.
  - Tipología de los marcadores sociales.
  - Ventajas e inconvenientes de los marcadores sociales.
- Análisis del uso de las Redes Sociales en las empresas
  - Ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales
  - Redes sociales más adecuadas en función de la tipología de empresas.
- Adaptación de las redes en distintos dispositivos
  - Móvil
  - Tablet
  - Desktop
- Aplicación de las estrategias y herramientas de publicidad en redes
  - Mk de influencers
  - PR 2.0
  - Otras herramientas y estrategias

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad para reflexionar sobre la evolución de las redes sociales y sus principales características.
- Desarrollo de una actitud responsable en el uso de las redes sociales.
- Asimilación de la importancia para adaptar las redes sociales en los distintos dispositivos.
- Actitud proactiva y de mejora continua, siendo consciente de la necesidad de la actualización permanente en los entornos digitales.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 3: TÉCNICAS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES

### OBJETIVO

Identificar las nuevas tendencias del márketing y aplicar técnicas de publicidad y comunicación en función de las redes sociales bajo supervisión.

**DURACIÓN:** 40 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Aplicación de las técnicas de publicidad y comunicación para cada red social
  - Descripción de las técnicas de publicidad.
  - Tipología de técnicas de publicidad.
  - Técnicas de publicidad más adecuadas en función de la red social
  - Diseño de planes de comunicación
- Análisis de los resultados de las publicaciones en las redes sociales.
  - Herramientas para medir y analizar resultados.
  - Análisis de los resultados de las acciones propias.
  - Análisis de los resultados de las acciones de los competidores.
- Identificación de las nuevas tendencias de márketing en las redes sociales
  - Evolución del márketing en las redes sociales.
  - Detección de comunidades y redes en las que hay que tener presencia.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Demostración de iniciativa y flexibilidad en el uso de técnicas básicas de publicidad y comunicación en las redes sociales.
- Sensibilización de la importancia de conocer las nuevas tendencias de márketing en las redes sociales.
- Desarrollo de habilidades para seleccionar las redes sociales más adecuadas para cada campaña publicitaria.
- Capacidad para seguir el procedimiento de diseño de campañas publicitarias en colaboración con el resto del equipo de trabajo.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 4: COMUNIDADES VIRTUALES

### OBJETIVO

Manejar y dinamizar bajo supervisión una comunidad virtual en Internet, utilizando las diferentes plataformas y herramientas 2.0, conectando las empresas y comunidades.

**DURACIÓN:** 40 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación de las funciones de un gestor o gestora de comunidades virtuales.
  - Comunicación en línea bidireccional.
  - Desarrollo y validación de las estrategias comerciales y de márketing de la empresa.
  - Atención al cliente.
- Conocimiento de las diferentes comunidades virtuales y su gestión.
  - Tipologías de comunidades virtuales.
  - Gestión de comunidades virtuales.
  - Identificación de nuevas tendencias en la red.
- Desarrollo de la comunicación creativa y eficaz
  - Estrategias de comunicación
  - Difusión en las redes sociales y comunidades virtuales.
  - Técnicas de redacción en redes sociales.
- Conocimiento de los trolls.
  - Clasificación de la tipología de trolls.
  - Gestión de los trolls.
- Repercusión de la reputación en línea
  - Diseño de informes y estrategias para favorecer una buena imagen de la red.
  - Casos de éxito y de fracaso dentro del sector del márketing digital y las redes sociales.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Coordinación con el resto del equipo que interviene en la gestión de la comunicación.

- Concienciación de la necesidad de conocer las nuevas tendencias adaptándolas a las estrategias comerciales.
- Coordinación con el resto del equipo de trabajo en el manejo de comunidades virtuales

### **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA**

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.