Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

Marketing de productos aseguradores y financieros

Febrero 2021

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE
SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	MARKETING DE PRODUCTOS ASEGURADORES Y FINANCIEROS
Familia Profesional:	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Área Profesional:	FINANZAS Y SEGUROS
Código:	ADGN03
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Integrar y utilizar las herramientas que permiten desarrollar, desde el punto de vista del marketing, la distribución de productos y servicios aseguradores y financieros, mejorando la relación con los clientes mediante la utilización de las redes sociales y del diseño de campañas para la comercialización de productos y servicios aseguradores y financieros.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Transición del marketing tradicional al marketing digital.	20 horas
Módulo 2	Creación de marca personal en la comercialización de productos y servicios financieros.	20 horas
Módulo 3	Creación de un plan de marketing digital de productos y servicios financieros.	30 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	70 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones/ titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Título de Técnico Superior (FP Grado Superior) o equivalente. - Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior. - Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad. - Certificado de profesionalidad de nivel 3. - Título de Grado o equivalente. - Título de Postgrado (Máster) o equivalente. - Título de Bachiller o equivalente. - Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente, junto con formación en comercialización de seguros de al menos 200 horas, o la experiencia profesional especificada para este caso.
Experiencia profesional	No se requiere excepto en el caso de sólo poseer Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente que se requerirá una experiencia como Mediador de seguros B o equivalente de 2 años.

Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Justificación de los requisitos del alumnado

Titulación/Certificación oficial pertinente.

En el caso de requerirse experiencia profesional se puede encontrar en el PUNTO ÚNICO DE INFORMACIÓN (PUI) DE DISTRIBUIDORES DE SEGUROS Y DE REASEGUROS de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. - Título de Bachiller o equivalente, junto con formación en comercialización y/o marketing, de seguros o de productos de inversión de al menos 200 horas.
Experiencia profesional mínima requerida	En comercialización y/o marketing, de seguros o de productos de inversión (2 años).
Competencia docente	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Certificado de profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo o equivalente. - Titulaciones universitarias de Psicología/ Pedagogía/ o Psicopedagogía, Magisterio/ Máster Universitario de Formación de Formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes. - Acreditar una formación metodológica o experiencia docente de 200 horas como mínimo.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Justificación de las prescripciones de formadores y tutores

Titulación/Certificación oficial pertinente.

Certificados formativos o de las entidades que demuestren las funciones realizadas u otras formaciones requeridas.

Documento acreditativo oficial que demuestre el tiempo fehaciente de ejecución de la experiencia profesional requerida (Vida laboral, nóminas, o similar) o de la formación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

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

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula de gestión	- Mesa y silla para el formador. - Mesas y sillas para el alumnado. - Material de aula. - Pizarra. - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador. - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los alumnos. - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa: • Software ofimático.

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^2/ 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.

Si la especialidad se imparte en **modalidad de teleformación,** cuando haya tutorías presenciales**,** se utilizarán los espacios formativos y equipamientos necesarios indicados anteriormente.

Además, en el caso de **teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación:

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura**

- Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:
  a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
  b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.
- Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores

actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.

- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de

cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Aula virtual

Tecnología y equipos	<u>Requerimientos técnicos del centro de formación/profesor:</u> Debe estar basada en programa/s profesional/es ampliamente implantado/s en el mercado para este uso, que faciliten: • Programa de videollamadas con capacidad para que de forma concurrente y en tiempo real, a través de un sistema de comunicación telemático de carácter síncrono que permita llevar a cabo un proceso de intercambio de conocimientos entre todos los participantes en la acción formativa con **muy buena** calidad de imagen, sonido y video, y con la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real. Como mínimo, que garantice: • Posibilidad de interacción con el alumnado, y este entre sí. • Gestión de audio y video de los alumnos. • Compartir pantalla incluido sonidos de los archivos expuestos. • Gestión de la participación del alumnado con control de: • Asistencia • Participación • Permanencia • Y sobre la evaluación • Grabar sesión. • Emisiones en streaming (especialmente indicadas para las sesiones informativas y de selección del alumnado). • Gestión de toda la documentación y archivo del curso (definido ya para teleformación), que permita el archivo de documentación del curso a tres niveles: grupo completo, trabajos en grupos y documentación individual. Con distintos grados y estrategias de protección: visualización, edición, etc…Con acceso permanente. • Control de la evaluación del alumnado, tanto en el momento del proceso de selección del alumnado para el acceso al curso, como en la propia evaluación

	parcial o global del mismo. Mediante la realización de prueba/s, garantizando la identidad de la persona que la/s realiza y las medidas adecuadas para evitar copias.
	• Gestión administrativa y de supervisión del curso:
	  • Acceso permanente, por parte del técnico de seguimiento, a la documentación administrativa de asistencia y permanencia del alumnado de forma online.
	  • Acceso invisible o no diferenciado al aula de forma permanente para los técnicos de seguimiento de las acciones formativas.
	  • Disponibilidad de código con capacidad **sólo de visualización** de toda la estructura de archivos del curso por parte del técnico de seguimiento.
	
	<u>Requerimientos técnicos de los alumnos</u>:
	• Todos los participantes en la acción formativa deberán disponer un ordenador para su uso en exclusividad durante el horario de clase, con capacidad para que mediante su acceso a la web sea suficiente para seguir el curso con aprovechamiento, con suficiente calidad de imagen, sonido y video, y con la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real.
	• Todo el software necesario para el desarrollo del curso será proporcionado por el centro de formación para su instalación en el ordenador propiedad del alumno, que además deberá dar soporte técnico en su instalación y mantenimiento, si así se requiriera por parte del alumno.

Otras especificaciones	Basándonos en las especificaciones para teleformación, además deberá de: • Garantizar el soporte técnico permanente durante el horario docente del curso por parte del centro. • El 100 % de la especialidad se puede impartir mediante aula virtual.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 12211032 Directores de departamento de marketing.
- 12211041 Directores de departamento de telemarketing.
- 13271015 Directores de sucursal de empresa de seguros.
- 13271024 Directores de sucursal de entidad financiera.
- 26121019 Asesores financieros y en inversiones.
- 26511030 Técnicos en estudios de mercado y opinión pública (marketing).
- 34011010 Técnicos comerciales en entidad financiera.
- 35211011 Agentes de seguros.
- 35211020 Técnicos en seguros.
- 41131015 Empleados administrativos de entidades financieras.
- 41131024 Empleados administrativos de estadística.
- 41131033 Empleados administrativos de seguros.

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: TRANSICIÓN DEL MARKETING TRADICIONAL AL MARKETING DIGITAL

OBJETIVO

Analizar los cambios experimentados en los productos financieros y el impacto de los mismos en relación con las nuevas tendencias digitales del nuevo "buyer" persona (comprador ideal), reconociendo los cambios que ha sufrido el marketing en cuanto a disciplina y establecimiento de nuevos conceptos en el mundo digital.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas.

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Conocimiento de los orígenes del marketing tradicional y conceptos generales en los años 60.
  - Figuras importantes del marketing tradicional. Conceptos Generales.
  - Las 4 pes del Marketing tradicional en relación con los productos financieros.
  - Combinación del marketing tradicional y marketing digital en productos financieros.
- Descripción de la evolución del público objetivo al buyer persona en productos financieros.
  - Características del buyer persona de productos financieros en la era digital.
  - Herramientas necesarias para conocer a nuestro buyer persona.
  - Cambios experimentados por el consumidor de productos financieros en la era digital.
- Utilización de los conceptos generales del Marketing Digital en los productos financieros.
  - Herramientas necesarias para la venta de productos financieros en internet.
  - Posicionamiento SEO; SEM; SEG.
  - Social Media. Estrategias generales para vender productos financieros.
    - Linkedin. Acciones para el posicionamiento en la venta de productos financieros.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad de análisis del entorno financiero y de sus tendencias.
- Visualización de las necesidades del "buyer" persona (comprador ideal).

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: CREACIÓN DE MARCA PERSONAL EN LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

OBJETIVO

Realizar un plan en social media para crear una marca personal propia definiendo los puntos necesarios como vendedor y experto en productos financieros en la RED.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Utilización de las herramientas necesarias para la venta de productos financieros en Internet.
  - Posicionamiento SEO, SEM, SEG y en tu página web.
  - LinkedIn. Acciones para posicionarme en la venta de productos financieros.
- Uso del blog como herramienta de apoyo en la venta de productos financieros.
  - Educación financiera accesible.
  - Finanzas personales.
- Creación de contenido de valor para el público objetivo de productos financieros.
  - Plan de finanzas.
  - Procesos de trabajo.
  - Publicidad.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Dominio de plataformas y servicios on-line, incluidos todo tipo de posicionamientos.
- Capacidad de generar contenidos relevantes para su cliente.
- Establecimiento de un Método para el mantenimiento diario en medios sociales.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3: CREACIÓN DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA PRODUCTOS FINANCIEROS

OBJETIVO

Realizar un Plan de marketing digital para productos financieros diseñando estrategias en Social Media para la venta de estos productos.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas.

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Distinción de los pasos del plan de Marketing Digital.
  - Análisis interno/externo /DAFO.
  - Fijación de objetivos y plazos.
  - Definición de estrategias y tácticas.
  - Plan de acción.
  - Medida y evaluación del desempeño.
- Análisis de Social Media y las estrategias necesarias para la venta de productos financieros.
  - Auditoria de social media.
  - Estrategia en redes sociales.
  - Análisis WEB/Blog.
  - Ejecución de campañas específicas.
- Diseño de campañas en social media para productos financieros: Facebook, LinkedIn, Instagram, otros.
  - Competencias del Community Manager.
  - Estrategia multicanal de visibilidad de marketing digital a través de Planes temporales.

- Difusión de los productos financieros.
  - Comerciales y distribuidores.
  - Usuarios finales de productos financieros.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Concienciación sobre la importancia de fomentar la presencia en redes sociales para la comercialización de productos financieros.
- Organización de ideas y su plasmación adecuada en el documento del Plan temporal.
- Creatividad para el diseño de campañas atractivas para el consumidor financiero.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Respetar el orden de los módulos ya que los conocimientos adquiridos, en un módulo, son de aplicación en los siguientes.

Utilización de un blog creado por cada alumno durante el curso como estrategia metodológica.

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 explicite, 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.