Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

PROCEDIMIENTOS BÁSICOS EN EL MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Julio 2023

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:	PROCEDIMIENTOS BÁSICOS EN EL MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Código:	COMM45
Nivel de cualificación profesional:	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

Módulo 1	CONTEXTO LABORAL	15 horas
Módulo 2	REDES SOCIALES	30 horas
Módulo 3	TÉCNICAS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES	40 horas
Módulo 4	COMUNIDADES VIRTUALES	40 horas

Modalidad de impartición

Presencial
Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	125 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

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

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. • Técnico o Técnico Superior de la familia profesional Comercio y marketing. • Certificado de Profesionalidad de nivel 2 o 3 de la familia profesional Comercio y marketing.
Experiencia profesional mínima requerida	• Se requiere 1 año de experiencia profesional en la familia profesional de Comercio y Marketing en el caso de disponer de la titulación. • Se requieren 2 años de experiencia profesional en la familia profesional de Comercio y Marketing en el caso de no disponer de la titulación.
Competencia docente	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: • Será necesario tener formación metodológica o experiencia docente. • Certificado de Profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para la Ocupación. • Máster Universitario de Formador de Formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
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

- 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 m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45.0 m²	2.4 m² / 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 participantes - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa.

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 m²/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.

Para impartir la formación en **modalidad 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

- 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.

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).

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 TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 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 TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 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 márqueting y aplicar técnicas de publicidad y comunicación en función de las redes sociales bajo supervisión.

DURACIÓN TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 40 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 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 márqueting en las redes sociales.**
- Evolución del márqueting 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 márqueting 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 TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 40 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 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 márqueting 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 márqueting 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 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.