



# Catálogo de Especialidades Formativas

## PROGRAMA FORMATIVO

### TECNICO EN MARKETING DIGITAL Y APLICACIONES

Septiembre 2022

## IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

<b>Denominación de la especialidad:</b>	TECNICO EN MARKETING DIGITAL Y APLICACIONES
<b>Familia Profesional:</b>	COMERCIO Y MARKETING
<b>Área Profesional:</b>	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
<b>Código:</b>	COMM0004
<b>Nivel de cualificación profesional:</b>	3

### Objetivo general

Diseñar estrategias de marketing, crear páginas web y analizar campañas de marketing digital, utilizando la inteligencia artificial.

### Relación de módulos de formación

<b>Módulo 1</b>	Plan de marketing digital	90 horas
<b>Módulo 2</b>	Wordpress	120 horas
<b>Módulo 3</b>	Técnicas de creación y publicación de interfaces con lenguajes de marcas, script, frameworks, y librerías	150 horas
<b>Módulo 4</b>	CMS y E-Commerce	100 horas
<b>Módulo 5</b>	Posicionamiento web	100 horas
<b>Módulo 6</b>	Inteligencia artificial	200 horas

### Modalidad de impartición

**Presencial**

### Duración de la formación

**Duración total** 760 horas

### Requisitos de acceso del alumnado

<b>Acreditaciones / titulaciones</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:  Título de Bachiller o equivalente Título de Técnico Superior (FP Grado superior) o equivalente
<b>Experiencia profesional</b>	No se requiere
<b>Otros</b>	Recomendable conocimientos de inglés. Conocimientos de informática.

### Justificación de los requisitos del alumnado

Título de estudios finalizado o resguardo de su solicitud.

Cuando el aspirante al curso no posea el nivel académico podrá acreditar que dispone de conocimientos previos suficientes para el aprovechamiento del curso a través de una prueba de acceso.

### Prescripciones de formadores y tutores

<b>Acreditación requerida</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente en la rama de conocimiento de Ingeniería y Arquitectura. Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente en la rama de conocimiento de Ingeniería y Arquitectura.
<b>Experiencia profesional mínima requerida</b>	Se requiere experiencia profesional en el ámbito de marketing o diseño gráfico o elaboración de páginas web durante un mínimo de 2 años.
<b>Competencia docente</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: o Acreditar al menos 50 horas de formación para adultos. o Haber dado formación en una escuela de negocio que al menos lleve 5 años en el mercado

### Justificación de las prescripciones de formadores y tutores

Curriculum vitae y documentación acreditativa

### Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

<b>Espacios formativos</b>	<b>Superficie m<sup>2</sup> para 15 participantes</b>	<b>Incremento Superficie/participante (Máximo 30 participantes)</b>
Aula polivalente	30 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup> / participante

<b>Espacio formativo</b>	<b>Equipamiento</b>
Aula polivalente	<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></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.

## Aula virtual

<b>Características</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones.</li><li>• Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.</li></ul>
<b>Otras especificaciones</b>
Durante las actuaciones de seguimiento, al objeto de documentar las mismas, los órganos de control podrán recabar la firma de las personas responsables de formación, personas formadoras y alumnado, en los documentos de recogida de datos, mediante captura de firma digitalizada con datos biométricos. Tecnología y equipos: Equipos informáticos con cámara. Plataforma de aprendizaje que permita la conexión síncrona de docentes y alumnos, con sistema incorporado de audio, video y posibilidad de compartir archivos, la propia pantalla u otras aplicaciones tanto por el docente como por los participantes, con registro de los tiempos de conectividad.

## Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

26511067 TÉCNICOS MEDIOS EN PUBLICIDAD Y/O RELACIONES PÚBLICAS

27121012 ANALISTAS DE APLICACIONES, NIVEL MEDIO (JUNIOR)

12211023 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS, EN

12211014 DIRECTORES COMERCIALES, EN GENERAL

27121021 ANALISTAS DE APLICACIONES, NIVEL SUPERIOR (SENIOR)

26511049 TÉCNICOS EN PUBLICIDAD Y/O RELACIONES PÚBLICAS

12191046 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN

27131024 ANALISTAS-PROGRAMADORES WEB Y MULTIMEDIA

26521015 TÉCNICOS SUPERIORES EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, EN

27121030 ANALISTAS-PROGRAMADORES

27131015 DISEÑADORES DE PÁGINAS WEB

24841012 DISEÑADORES GRÁFICOS Y MULTIMEDIA

### **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: Plan de marketing digital

#### OBJETIVO

Diseñar una estrategia de marketing omnicanal de captación y crecimiento del negocio.

#### DURACIÓN TOTAL:

90 horas

#### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

---

##### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Adquisición de los fundamentos del marketing digital.
- Conocimiento del ecosistema, de los diferentes players y de los perfiles que componen el marketing digital.
- Entendimiento de las claves del SEO, SEM, Display, Email marketing, Social Ads, Inbound, Programática...
- Conocimiento de las herramientas de research y validación digital.
- Entendimiento de los aspectos legales esenciales del marketing digital.
- Planteamiento del plan de marketing digital completo, efectivo y rentable y su correspondiente distribución presupuestaria por disciplinas.
- Uso de herramientas para identificar tendencias y consumos, analizar el mercado e investigar sobre la competencia.
- Entendimiento de la base de la analítica digital para tener nociones de cómo se generan los datos digitales y ser capaces de tomar decisiones.
- Comprensión del Digital Content Plan Branded Content.
- Definición y uso de los clientes ideales y uso de la herramienta Buyer Persona Canvas.
  - o Ventajas de la dedicación a los clientes ideales.
  - o Generación de perfiles de clientes ideales.
  - o Cómo identificar clientes ideales.
  - o Creación de Buyer Persona Canvas.
- Conocimiento de las fases y acciones de un Funnel de conversión.
  - o Desarrollo de un Funnel de conversión.
  - o Optimización del Funnel de conversión.
- Aplicación de los principios del marketing en buscadores y las claves de la redacción para SEO.
- Comprensión de la importancia del mobile marketing.
- Dominio de los principales formatos publicitarios en redes sociales y redes publicitarias.
- Conocimiento de los elementos clave e imprescindibles de cómo se monta una campaña en cada una de las plataformas.
- Creación y seguimiento de las estrategias de campaña y objetivos clave (KPI's).
- Comprensión de los nuevos canales de adquisición: plataformas, videojuegos, nuevas redes, marketing de influencers...
- Consolidación de habilidades digitales:
  - o Liderazgo participativo.
  - o Gestión del cambio.
  - o Inteligencia emocional.
  - o Storytelling.
  - o Creación de marca personal.
  - o Comunicación y negociación en entornos digitales.
- Comprensión de las competencias necesarias para el nuevo entorno digital:

- o La influencia digital.
- o La colaboración en el entorno.
- o La integración de la diversidad.
- o La gestión emocional.
- o La agilidad en toma de decisiones.
- o La anticipación en contextos digitales.
- o La flexibilidad para la transformación.
- o La asunción de incertidumbre y riesgos.
- o La elaboración, gestión y difusión de contenidos.

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

- Planificación, organización y gestión de los clientes.
- Dominio de herramientas que garanticen la identificación, seguimiento y notificación de indicadores clave KPI's.
- Demostración de comunicar los éxitos y los aprendizajes clave de las acciones llevadas a cabo.
- Uso de las habilidades de la comunicación interna.
- Potenciación de la habilidad de motivación para la gestión del cambio e impulso de una estrategia organizativa basada en el compromiso.
- Concienciación en la utilización de diferentes metodologías, técnicas y herramientas aplicadas al marketing digital para atraer y mantener a clientes potenciales mediante contenido de valor e interés para ellos.
- Capacidad creativa para aumentar el tráfico hacia un eCommerce o sitio web, compartiendo publicaciones de calidad, segmentando a los usuarios, sabiendo en qué red se encuentra su público objetivo y comprendiendo sus intereses y necesidades.

## **OBJETIVO**

Instalar y poner en funcionamiento un Blog con Wordpress

## **DURACIÓN TOTAL:**

120 horas

## **RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

---

### **Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas**

- Adquisición de conocimientos para diseñar un blog profesional.
  - o Página principal
  - o Entradas
  - o Categorías
  - o Etiquetas
  - o Comentarios
- Introducción a WordPress.
- Estructura de un sitio web hecho con WordPress.
- Plugins básicos para WordPress.
- Diseño de un sitio web.
- Configuración básica de WordPress.
- Plantillas.
- Arquitectura de información.
- Optimización de rendimiento.
- Contenidos para sitio web.
- Marco de contenido.
- Analítica de blogs y redes sociales.
- Análisis de competencia.
- Seguridad en WordPress.

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

- Capacidad para desarrollar las ideas recogidas al cliente y plasmarlas en la página web y así satisfacer las perspectivas de los clientes.
- Dominio de herramientas necesarias para la creación de la página web.
- Capacidad para la creación de contenidos concisos, atractivos y focalizados.
- Aptitud analítica: ser capaz de extraer aquellos datos de valor que serán fundamentales para el proceso de análisis e interpretación.

**OBJETIVO**

Desarrollar y publicar prototipos de apps con los lenguajes de estructuración, maquetación e interacción necesarios para poder estandarizar las producciones posteriores a interfaces con tecnologías crossbrowsers y multiplataforma.

**DURACIÓN TOTAL:**

150 horas

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

---

**Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas**

- Creación de prototipos con lenguajes de marcas y formateado.
- Introducción a los lenguajes de marcas.
- Utilización de lenguajes tales como HTML5, CSS3.
  - o Técnicas de maquetación y producción.
  - o Traslado de hashtags absolutos a hashtags de maquetación flex.
- Lenguajes de Script.
  - o Javascript.
  - o Programación orientada a objetos.
- Realización de formularios y feedback.
- Utilización de audio y video.
- Manejo de la herramienta Canvas.
- WebStorage.

**Habilidades de gestión, personales y sociales**

- Capacidad de creación y diseño de productos para dispositivos web.
- Saber escuchar ideas, mantener una retroalimentación continua, comunicar claramente los objetivos, enfrentar retos en conjunto y motivar, potenciar e inspirar a su equipo.
- Creativo para diseñar los productos.
- Creativo para plantear acciones novedosas y notorias sin apenas inversión económica.

### OBJETIVO

Instalar, configurar, añadir contenido y personalizar la apariencia de Sistemas Gestores de Contenido (CMS) y Sistemas de E-commerce, así como de su integración.

### DURACIÓN TOTAL:

100 horas

### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Instalación y configuración de gestores de contenido.
- Capacidad para añadir contenido y personalizar la apariencia de gestores de contenido.
- Alojamiento web y dominios.
- Content Management Systems.
- Instalación y configuración de sistemas de e-commerce.
- Capacidad para añadir contenido y personalizar los sistemas de e-commerce.
- Plataformas de e-Commerce.
- Capacidad para la integración de los sistemas e-commerce y los sistemas de gestión de contenidos.
- Utilización de herramientas para la elaboración de diversos tipos de informes.

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Demostración de una actitud positiva para comprender los deseos de los clientes y así crear contenidos.
- Ser consciente de la importancia de los contenidos para atraer y mantener clientes.
- Habilidades en comunicación social; es decir, saber qué tipo de contenido funciona mejor en qué plataforma, y en consecuencia optimizarlo para cada una, así como poseer una clara comprensión de las diferentes dinámicas de cada canal social.
- Formulación de textos acompañados con potentes y atractivas imágenes, fotográficas o gráficos, aumentando el valor de lo que se comunica.

### OBJETIVO

Aplicar adecuadamente los métodos e instrumentos de optimización de motores de búsqueda para conseguir el mejor posicionamiento en páginas web corporativas, así como realizar y analizar campañas de marketing digital.

**DURACIÓN TOTAL:**

100 horas

### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Posicionamiento en buscadores de páginas web corporativa.
- Posicionamiento natural en buscadores (SEO).
- Uso de UX.
- Análisis de campañas de marketing digital.
- Realización de campañas de marketing en buscadores (SEM).
- Dominio de los formatos publicitarios para ecommerce y marketplaces.
- Aprendizaje sobre la generación de reporting de las campañas.
- Marketing digital.
- Herramientas de analítica.

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Tramitación de las novedades que se publican en los principales blogs o sites de marketing digital, estar al tanto de los que comparten o publican los expertos social media en blogs, foros, redes sociales o las novedades o actualizaciones que presentan periódicamente las principales herramientas de marketing digital.
- Interés por de las comunidades sociales para hacer crecer la marca de empresa en ellas.
- Formulación de propuestas con buena sintaxis y excelente capacidad de redacción.

### OBJETIVO

Aplicar la inteligencia artificial (IA) para aumentar la eficiencia en los procesos de trabajo del marketing digital, la automatización de tareas y la tecnología que se deriva de ella.

### DURACIÓN TOTAL:

200 horas

### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación de los conceptos básicos de la I.A.:
  - o Caracterización de los conceptos básicos de la Inteligencia Artificial.
  - o Conceptos básicos de negocio vinculados a I.A.
  - o Tipos de modelos de I.A. basados en : eficiencia y cliente
  - o Diferenciación y contextualización entre I.A., Machine Learning y Deep Learning
  - o Distinción de los ámbitos de aplicación de la Inteligencia Artificial en el contexto socioeconómico actual:
    - o Impacto en la industria y economía digital de la I.A.
    - o Demostración del impacto de la robotización en las tareas desarrolladas por humanos.
  - o Caracterización del Marketing Digital:
    - o Fundamentos estratégicos del Marketing Digital
    - o Elementos básicos de la estrategia de Marketing Digital
    - o Canales de adquisición y canales de comunicación on-line
    - o Configuración de un Dashboard de métricas web:
    - o Indicadores de medición: elección de principales KPIs y elaboración de un dashboard de seguimiento.
    - o Técnicas de Growth Hacking
    - o Cálculo, elección y análisis de las métricas de un negocio digital.
    - o Ejecución de estrategias de marketing digital orientadas al cliente:
    - o Elección de herramientas para el desarrollo de la estrategia CRM.
    - o Estudio y análisis de medios pagados y orgánicos.
    - o Desarrollo y aplicación de soluciones de I.A. en la gestión de contenidos digitales:
      - o Generación y curación de contenido en las redes sociales.
      - o Publicidad Programática en buscadores.
      - o Identificación de herramientas comunicativas y asistenciales en el marketing digital:
        - o Utilización de la solución Voice Search en las búsquedas de keywords.
        - o Inclusión de I.A. en asistentes virtuales Chatbots
        - o Análisis del comportamiento del usuario on-line en el ámbito e-commerce:
        - o Utilización de herramientas de Marketing de Automatización: Connectif, Probance, Hotjar, Hubspot, Market o InfusionSoft, entre otras.
        - o Herramientas de monitorización de Diseño Web y User Experience (UX)
        - o Analítica Predictiva: maximizar el valor de vida del cliente, optimizar la probabilidad de compra y reducir la tasa de abandono de los clientes.
        - o Análisis de la disciplina estratégica Customer Experience:
          - o Customer Journey Mapping y Touch Points
          - o MOT, Customer insight y Mapping de empatía

- o CXM: Customer Experience Management
- o Generación de la metodología de marketing digital Funnel de conversación:
- o Concepto de Funnel de conversión
- o Metodología de marketing digital Funnel de conversión
- o Implantación de la I.A. en una estrategia de Marketing de Automatización integral:
- o Desarrollo de una estrategia integral y el detalle de Workflows
- o Soluciones integrales de: E-mail Marketing, recomendación de productos automatizada, notificaciones push en el navegador, estrategia automatizada de CRM en la BBDD y e-mails automáticos según UX.
- o Demostración en la plataforma eCommerce Wordpress
- o Conceptos básicos de WordPress.
- o Implementación del Plug-in Active Member 360
- o Caracterización del desarrollo del caso de éxito:
- o Conceptos básicos de las metodologías Agile y su aplicación en Marketing.
- o Fundamentos de la gestión de proyectos de marketing tecnológico.
- o Proceso completo de Project Management: de desing thinking al producto final.
- o Análisis de WordPress con Plug-in Active Member 360
- o Investigación y desarrollo del Caso de Éxito:
- o Principales conclusiones en relación al beneficio del uso de la I.A. en los resultados de negocio.
- o Beneficios del uso de I.A. en un caso real y el incremento de los beneficios.

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

- Asimilación de la importancia de la I.A. aplicada al marketing Digital y su relación con la eficiencia en el mercado e-Commerce.
- Interés por el valor añadido que supone la aplicación de la I.A. en los procesos de comercialización actuales.
- Implicación e interés por el “Mercado de datos” y su influencia en la economía.
- Demostración de una actitud crítica y responsable sobre el impacto de las nuevas tecnologías en los procesos de marketing digital.
- Atención en las diferentes estrategias de marketing focalizadas a una mejor interacción entre los clientes y el negocio digital.
- Interés en la inclusión de nuevas herramientas en el diseño de los propios proyectos digitales.
- Predisposición en el uso de herramientas de comunicación automáticas para el alcance de objetivos de los proyectos digitales.
- Interés por el conocimiento del comportamiento de un usuario on-line.
- Tolerancia ante la opinión crítica de un cliente o usuario on-line.
- Concienciación de la importancia del uso de nuevas herramientas tecnológicas como soluciones para mejorar los resultados de negocio.
- Desarrollo de una actitud positiva hacia el trabajo en equipo y colaborativo para el mejor uso de las herramientas automáticas.
- Uso de habilidades de comunicación a través de la exposición del trabajo realizado.
- Capacidad de autovaloración de los proyectos digitales elaborados.
- Demostración de una actitud de empatía hacia los productos y procesos seleccionados por el resto de compañeros utilizados en sus propios proyectos digitales.

## **ORIENTACIONES METODOLÓGICAS**

La teoría se realizará en el aula apoyándose en el manual, diferentes videos y ejercicios, se afianzarán conceptos para más adelante poder llevarlos a la práctica.

La metodología de trabajo se realizará grupalmente (3 grupos de 5 miembros).

### **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.
- 
- Al final de cada módulo se realizará un pequeño examen teórico-práctico de evaluación y se tendrán en cuenta los trabajos y proyectos realizados durante este.
  - La evaluación se realizará al final de los módulos formativos de manera presencial. Las evaluaciones constarán de preguntas tipo test y de desarrollo. Peso de un (70%) y la presentación de los proyectos (uno por módulo) que tendrá un peso del 30% sobre la nota final.
- La puntuación final se expresará en término Apto/No Apto