



PROPUESTA FORMATIVA SECTOR 201..

INDICE

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

1. CONDUCTA Y SEGURIDAD EN REDES
2. REDES SOCIALES ¿SON NECESARIAS PARA MI NEGOCIO?, COMO GESTIONARLAS
3. COMERCIO ELECTRÓNICO: TIENDA PROPIA, INCORPORACIÓN A PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE TERCEROS, SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO, ETC.
4. GESTIÓN DE LA TIENDA ON-LINE
5. CREACIÓN DE LA MARCA PERSONAL ONLINE
6. ESTRATEGIA Y MARKETING DIGITAL.
7. COMUNICACIÓN Y CREATIVIDAD ONLINE
8. IMPLANTACIÓN DE SELLOS DE CONFIANZA
9. MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO
10. PRESENCIA Y GESTIÓN EN LAS REDES SOCIALES
11. REPUTACIÓN DIGITAL
12. SEGURIDAD EN INTERNET
13. ANALÍTICA, HERRAMIENTAS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO DE RESULTADOS PARA LA PRESENCIA ONLINE
14. . TECNOLOGÍAS PARA EL COMERCIO Y LA ARTESANÍA: APLICACIONES Y GADGETS
15. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN Y COMUNICACIÓN CON CLIENTES
16. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN Y COMUNICACIÓN CON CLIENTES
17. BUENAS PRÁCTICAS DE DIGITALIZACIÓN Y E-COMMERCE



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

1. CONDUCTA Y SEGURIDAD EN REDES. (h)

OBJETIVOS: Conocer los principales conceptos de netiquette, cortesía, seguridad su aplicación y sus resultados dentro del sector.

DIRIGIDO A: Profesionales del sector comercio, con ganas de conocer el correcto uso.

CONTENIDOS:

- Netiquette.
- Principales reglas de cortesía.
- Edición y corrección.
- Seguridad.
- Repercusión de la aplicación de las reglas en el negocio.
- Conclusiones y debate.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

2. REDES SOCIALES ¿SON NECESARIAS PARA MI NEGOCIO?, COMO GESTIONARLAS. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional.

CONTENIDOS:

- Redes Sociales ¿qué son y para que sirven?.
- Diferentes medios, diferentes redes.
- ¿Qué redes son las adecuadas?.
- ¿Cómo las gestiono?.
- Internalizar o externalizar el servicio.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

3. COMERCIO ELECTRÓNICO: TIENDA PROPIA, INCORPORACIÓN A PALTAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE TERCEROS, SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO, ETC. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Redes?.
- Diferentes.
- ¿Qué?.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

4. GESTIÓN DE LA TIENDA ON-LINE.(h)

OBJETIVOS: Una vez tengo en marcha la tienda on-line ¿como la gestiono?

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿qué hacer? ¿cuándo hacerlo?

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Gestión.
- Frecuencia.
- ¿Qué?.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

5. CREACIÓN DE LA MARCA PERSONAL ONLINE.(h)

OBJETIVOS: Creación de la marca personal en redes sociales para reforzar el valor de nuestro negocio.

Que los participantes sean capaces de ver la importancia que hoy en día tiene la marca personal así como la reputación on-line.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Naming.
- Marca digital
- Reputación On-line
- Posicionamiento
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

6. ESTRATEGIA Y MARKETING DIGITAL.(h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector .

CONTENIDOS:

- Que estrategia tengo que seguir.
- ¿qué redes utilizar?.
- ¿Marketing digital.
- ¿Cómo gestionarlo.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

7. COMUNICACIÓN Y CRATIVIDAD ONLINE.(h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio. ¿qué comunicar? Ser creativo en la comunicación online.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector .

CONTENIDOS:

- Comunicación
- Creatividad.
- ¿Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

8. IMPLANTACIÓN DE SELLOS DE CONFIANZA(h)

OBJETIVOS: Conocer las principales sellos de confianza y que entidades los emiten.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Implantación de sellos de confianza.
- ¿para que sirven?
- ¿cuáles son los adecuados?
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

9. MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. (h)

OBJETIVOS: Conocer los principales medios de pago actuales electrónicos.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector .

CONTENIDOS:

- TPV, relojes, móviles....
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

10. PRESENCIA Y GESTIÓN EN LAS REDES SOCIALES. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Redes?.
- Diferentes.
- ¿Qué?.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

11. REPUTACIÓN DIGITAL. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio. ¿qué es?

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Reputación digital.
- ¿Qué?.
- ¿Cómo?.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

12. SEGURIDAD EN INTERNET. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio. Que seguridad emplear.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector.

CONTENIDOS:

- Trolss.
- Corta fuegos.
- Responder.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

13. ANALÍTICA, HERRAMIENTAS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO DE RESULTADOS PARA LA PRESENCIA ONLINE. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Aquellas personas que tienen que decidir.

CONTENIDOS:

- Programas analíticos
- Analítica y control.
- Seguimiento
- Razonamiento.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

14. TECNOLOGÍAS PARA EL COMERCIO Y LA ARTESANÍA: APLICACIONES Y GADGETS. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Tecnologías para el comercio y la artesanía.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector .

CONTENIDOS:

- Tecnologías al servicio de la artesanía y el comercio.
- Aplicaciones y como aplicarlas.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

15.. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN Y COMUNICACIÓN CON CLIENTES.

(h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector .

CONTENIDOS:

- Comunicación
- Gestión de los clientes.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

16.. TRANSFORMACIÓN DIGITAL AVANZADA EN EL COMERCIO/ ARTESANIA. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector .

CONTENIDOS:

- Transformación digital.
- Optimizar recursos
- ¿Qué recursos utilizar?.
- Conclusiones.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING DIGITAL

17. BUENAS PRÁCTICAS DE DIGITALIZACIÓN Y E-COMMERCE. (h)

OBJETIVOS: Conocer las principales Redes Sociales y hacer una valoración para saber cuales son las mas adecuadas para mi negocio.

Que los participantes realicen planteamientos al respecto como ¿tengo que estar? ¿se estar?, teniendo una visión global de las RRSS.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector .

CONTENIDOS:

- Redes?.
- Diferentes.
- ¿Qué?.
- Buenas practicas
- Netiquette.
- Conclusiones.

Metodología didáctica

Cambio de papeles en la escena formativa

El **docente facilita** el aprendizaje y cede protagonismo al alumno. Propicia el **clima adecuado** para que aborde las situaciones y **retos, debata, negocie, intercambie valoraciones y experiencias y se enriquezca** en el proceso. Las **conclusiones se consensuan y valoran** en un aprendizaje en equipo.

TÉCNICAS

- **Exposición**
- **Herramientas de auditoría**
- **Herramientas de autodiagnóstico/psicométricas**
- **Ejercicios prácticos**
- **Estudio de casos reales**
- **Técnicas de animación grupal**
- **Recursos didácticos**

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Antes, durante y después de cada curso programado se articula un sistema de evaluación para asegurar la adquisición por los alumnos de los conocimientos, habilidades y competencias formuladas en los objetivos de cada curso.

