

## **PROGRAMA FORMATIU**

### **Promoció i negoci a través de les xarxes socials**

## IDENTIFICACIÓ DE L'ESPECIALITAT I PARÀMETRES DEL CONTEXT FORMATIU

|   |  |
|---|--|
| <b>Denominació de l'especialitat:</b>       | Promoció i negoci a través de les xarxes socials |
| <b>Família Professional:</b>                | Comerç i màrqueting                              |
| <b>Àrea Professional:</b>                   | Màrqueting i Relacions públiques                 |
| <b>Codi:</b>                                | COMM0016   |
| <b>Nivell de qualificació professional:</b> | 2  |

### Objectiu general

Desplegar un pla d'acció d'estratègies de promoció del negoci en xarxes socials

### Relació de mòduls de formació

|                |  |          |
|----------------|--|----------|
| <b>Mòdul 1</b> | Branding   | 10 hores |
| <b>Mòdul 2</b> | Pla de Màrqueting Digital                            | 15 hores |
| <b>Mòdul 3</b> | Community management i RRPP en plataformes digitals. | 15 hores |

### Modalitats d'impartició

**Presencial i teleformació**

### Durada de la formació

**Durada total en qualsevol modalitat d'impartició 40 hores**

**Teleformació:** Durada de les tutories presencials: 0 hores

## Requisits d'accés de l'alumnat

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Acreditacions/ titulacions</b> | Complir com a mínim algun dels següents requisits: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificat de professionalitat nivell 1.</li> <li>- Títol Professional Bàsic (FP Bàsica)</li> <li>- Títol de Graduat en Educació Secundària Obligatòria (ESO) o equivalent.</li> <li>- Títol de Tècnic (FP Grau Mitjà) o equivalent.</li> <li>- Certificat de Professionalitat de nivell 2.</li> <li>- Haver superat la prova d'accés a cicles formatius de grau mitjà.</li> <li>-Haver superat qualsevol prova oficial d'accés a la Universitat.</li> </ul> |
| <b>Experiència professional</b>   | No es requereix.   |
| <b>Altres</b>                     | Quan l'aspirant no disposi del nivell acadèmic mínim o de l'experiència professional, demostrarà coneixements i competències suficients per participar en el curs amb aprofitament mitjançant una prova d'accés.   |
| <b>Modalitat de teleformació</b>  | A més de l'indicat anteriorment, l'alumnat ha de tenir les destreses suficients per a ser usuaris de la plataforma virtual en la qual es recolza l'acció formativa.  |

## Prescripcions de formadors i tutors

|  |   |
|--|---|
| <b>Acreditació requerida</b>                     | Complir, com a mínim, un dels requisits següents: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Llicenciat, Enginyer, Arquitecte o Títol de Grau corresponent o altres títols equivalents.</li> <li>-Diplomat, Enginyer Tècnic, Arquitecte Tècnic o el Títol de Grau corresponent o altres títols equivalents</li> <li>- Tècnic Superior de la família professional de Comerç i Màrqueting.</li> <li>- Certificats de professionalitat de nivell 3 de la família professional de Comerç i Màrqueting.</li> </ul> |
| <b>Experiència professional mínima requerida</b> | Es requereix 1 any en l'àmbit de Màrqueting digital en cas de disposar de formació.<br>Es requereix 3 anys en l'àmbit de Màrqueting digital en cas de no disposar de formació.  |
| <b>Competència docent</b>                        | Complir com a mínim algun dels següents requisits: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Serà necessari tenir formació metodològica o experiència docent.</li> <li>- Certificat de Professionalitat de Docència de la Formació Professional per a l'Ocupació.</li> <li>- Màster Universitari de Formador de Formadors o altres acreditacions oficials equivalents.</li> </ul>  |
| <b>Modalitat de teleformació</b>                 | A més de complir amb les prescripcions establertes anteriorment, els tutors-formadors han d'acreditar una formació, d'almenys 30 hores, o experiència, d'almenys 60 hores, en aquesta modalitat i en la utilització de les tecnologies de la informació i comunicació.  |

## Requisits mínims d'espais, instal·lacions i equipaments

| Espais formatius | Superfície m <sup>2</sup> per a 15 alumnes | Incremento Superfície/ alumne(Màxim 30 alumnes) | Equipament   |
|------------------|--|---|--|
| Aula Polivalent  | 30m <sup>2</sup>                           | 2 m <sup>2</sup> /alum                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taula i cadira pel formador/a.</li> <li>- Taules i cadires per a l'alumnat.</li> <li>- Material d'aula - Pissarra.</li> <li>- PC instal·lat en xarxa amb possibilitat d'impressió de documents, canó amb projecció i internet per a personal formador.</li> </ul> |

La superfície dels espais i instal·lacions estaran en funció de la seva tipologia i del nombre d'alumnes. Tindran com a mínim els metres quadrats que s'indiquen per a 15 alumnes i l'equipament suficient per a aquests.

En el cas que augmenti el nombre d'alumnes, fins a un màxim de 30, la superfície de les aules s'incrementarà proporcionalment (segons s'indica en la taula quant a m<sup>2</sup>/ alumne) i l'equipament estarà d'acord amb aquest augment.

No ha d'interpretar-se que els diversos espais formatius identificats hagin de diferenciar-se necessàriament mitjançant tancaments.

Les instal·lacions i equipaments hauran de complir amb la normativa industrial i higienicosanitària corresponent i respondran a mesures d'accessibilitat i seguretat de l'alumnat.

En el cas que la formació es dirigeixi a persones amb discapacitat es realitzaran les adaptacions i els ajustos raonables per a assegurar la seva participació en condicions d'igualtat.

### Aula virtual

Si s'utilitza l'aula virtual han de complir-se les següents indicacions.

| Característiques   |
|--|
| <p>La impartició de la formació mitjançant aula virtual s'ha d'estructurar i organitzar de manera que es garanteixi en tot moment que existeixi connectivitat sincronitzada entre les persones formadores i l'alumnat participant així com bidireccionalitat en les comunicacions.</p> <p>S'haurà de comptar amb un registre de connexions generat per l'aplicació de l'aula virtual en què s'identifiqui, per a cada acció formativa desenvolupada a través d'aquest mitjà, les persones participants a l'aula, així com les seves dates i temps de connexió.</p> |

Si l'especialitat s'imparteix en modalitat de teleformació, quan hi hagi tutories presencials, s'usaran els espais formatius i equipaments necessaris indicats anteriorment.

A més, en el cas de teleformació, s'ha de disposar del següent equipament.

### Plataforma de teleformació:

La plataforma de teleformació que s'utilitzi per a impartir accions formatives haurà d'allotjar el material virtual d'aprenentatge corresponent, posseir capacitat suficient per a desenvolupar el procés d'aprenentatge i

gestionar i garantir la formació de l'alumnat, permetent la interactivitat i el treball cooperatiu, i reunir els següents requisits tècnics d'infraestructura, programari i serveis:

**- Infraestructura**

- Tenir un rendiment, entès com a nombre d'alumnes que suporti la plataforma, velocitat de resposta del servidor als usuaris, i temps de càrrega de les pàgines Web o de descàrrega d'arxius, que permeti:
  - a) Suportar un nombre d'alumnes equivalent al número total d'alumnat en les accions formatives de formació professional per a l'ocupació que estigui impartint el centre o entitat de formació, garantint un hostalatge mínim igual al total de l'alumnat d'aquestes accions, considerant que el nombre màxim d'alumnes per tutor és de 80 i un nombre d'usuaris concurrents del 40% d'aquest alumnat.
  - b) Disposar de la capacitat de transferència necessària perquè no es produeixi efecte retard en la comunicació audiovisual en temps real, havent de tenir el servidor en el qual s'allotja la plataforma una amplada de banda mínima de 300 Mbs, suficient en baixada i pujada.
- Estar en funcionament 24 hores al dia, els 7 dies de la setmana.

**- Software:**

- Compatibilitat amb l'estàndard SCORM i paquets de continguts IMS.
- Nivells d'accessibilitat i interactivitat dels continguts disponibles mitjançant tecnologies web que com a mínim compleixin les prioritats 1 i 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriors actualitzacions, segons l'estipulat en el capítol III del Reial decret 1494/2007, de 12 de novembre.
- El servidor de la plataforma de teleformació ha de complir amb els requisits establerts en la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals, per la qual cosa el responsable d'aquesta plataforma ha d'identificar la localització física del servidor i el compliment del que s'estableix sobre transferències internacionals de dades en els articles 40 a 43 de la citada Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, així com, en el que resulti d'aplicació, en el Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques respecte del tractament de dades personals i la lliure circulació d'aquestes dades i pel qual es deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilitat tecnològica i possibilitats d'integració amb qualsevol sistema operatiu, base de dades, navegador d'Internet dels més usuals o servidor web, havent de ser possible utilitzar les funcions de la plataforma amb complementos (connector) i visualitzadors compatibles. Si es requereix la instal·lació addicional d'algun suport per a funcionalitats avançades, la plataforma ha de facilitar l'accés al mateix sense cost.
- Disponibilitat del servei web de seguiment (operatiu i en funcionament) de les accions formatives impartides, conforme al model de dades i protocol de transmissió establerts en l'annex V de l'Ordre/TMS/369/2019, de 28 de març.

**- Serveis i suport**

- Sustentar el material virtual d'aprenentatge de l'especialitat formativa que a través d'ella s'imparteixi.
- Disponibilitat d'un servei d'atenció a usuaris que doni suport tècnic i mantingui la infraestructura tecnològica i que, de forma estructurada i centralitzada, atengui i resolgui les consultes i incidències tècniques de l'alumnat. Les maneres d'establir contacte amb aquest servei, que seran mitjançant telèfon i missatgeria electrònica, han d'estar disponibles per a l'alumnat des de l'inici fins a la finalització de l'acció formativa, mantenint un horari de funcionament de demà i de tarda i un temps de demora en la resposta no superior a 48 hores laborables.
- Personalització amb la imatge institucional de l'administració laboral corresponent, amb les pautes d'imatge corporativa que s'estableixin.

A fi de gestionar, administrar, organitzar, dissenyar, impartir i avaluar accions formatives a través d'Internet, la plataforma de teleformació integrarà les eines i recursos necessaris a tal fi, disposant, específicament, d'eines de:

- Comunicació, que permetin que cada alumne pugui interaccionar a través del navegador amb el tutor-formador, el sistema i amb els altres alumnes. Aquesta comunicació electrònica ha de dur-se a terme

mitjançant eines de comunicació síncrones (aula virtual, xat, pissarra electrònica) i asíncrones (correu electrònic, fòrum, calendari, tauler d'anuncis, avisos). Serà obligatori que cada acció formativa en modalitat de teleformació disposi, com a mínim, d'un servei de missatgeria, un fòrum i un xat.

- Col·laboració, que permetin tant el treball cooperatiu entre els membres d'un grup, com la gestió de grups. Mitjançant tals eines ha de ser possible realitzar operacions d'alta, modificació o esborrat de grups d'alumnes, així com creació de «escenaris virtuals» per al treball cooperatiu dels membres d'un grup (directoris o «carpetes» per a l'intercanvi d'arxius, eines per a la publicació dels continguts, i fòrums o xats privats per als membres de cada grup).
- Administració, que permetin la gestió d'usuaris (altes, modificacions, esborrat, gestió de la llista de classe, definició, assignació i gestió de permisos, perfils i rols, autenticació i assignació de nivells de seguretat) i la gestió d'accions formatives.
- Gestió de continguts, que possibilitin l'emmagatzematge i la gestió d'arxius (visualitzar arxius, organitzar-los en carpetes –directoris- i subcarpetes, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descarregar o carregar arxius), la publicació organitzada i selectiva dels continguts d'aquests arxius, i la creació de continguts.
- Avaluació i control del progrés de l'alumnat, que permetin la creació, edició i realització de proves d'avaluació i autoavaluació i d'activitats i treballs avaluables, la seva autocorrecció o la seva correcció (amb retroalimentació), la seva qualificació, l'assignació de puntuacions i la ponderació d'aquestes, el registre personalitzat i la publicació de qualificacions, la visualització d'informació estadística sobre els resultats i el progrés de cada alumne i l'obtenció d'informes de seguiment.

### **Material virtual d'aprenentatge:**

El material virtual d'aprenentatge per a l'alumnat mitjançant el qual s'imparteix la formació es concretarà en el curs complet en format multimèdia (que mantingui una estructura i funcionalitat homogènia), havent d'ajustar-se a tots els elements de la programació (objectius i resultats d'aprenentatge) d'aquest programa formatiu que figura en el Catàleg d'Especialitats Formatives i el contingut de les quals compleixi aquests requisits:

- Com a mínim, ser l'establert en el citat programa formatiu del Catàleg d'Especialitats Formatives.
- Estar referit tant als objectius com als coneixements/ capacitats cognitives i pràctiques, i habilitats de gestió, personals i socials, de manera que en el seu conjunt permetin aconseguir els resultats d'aprenentatge previstos.
- Organitzar-se a través d'índexs, mapes, taules de contingut, esquemes, epígrafs o titulars de fàcil discriminació i seqüències pedagògicament de tal manera que permeten la seva comprensió i retenció.
- No ser merament informatius, promovent la seva aplicació pràctica a través d'activitats d'aprenentatge (autoavaluables o valorades pel tutor-formador) rellevants per a l'adquisició de competències, que serveixin per a verificar el progrés de l'aprenentatge de l'alumnat, fer un seguiment de les seves dificultats d'aprenentatge i prestar-li el suport adequat.
- No ser exclusivament textuals, incloent-hi variats recursos (necessaris i valuosos), tant estàtics com interactius (imatges, gràfics, àudio, vídeo, animacions, enllaços, simulacions, articles, fòrum, xat, etc.) de manera periòdica.
- Poder ser ampliat o complementat mitjançant diferents recursos addicionals als quals l'alumnat pugui accedir i consultar a voluntat.
- Donar lloc a resums o síntesis i a glossaris que identifiquin i defineixin els termes o vocables bàsics, rellevants o claus per a la comprensió dels aprenentatges.
- Avaluar la seva adquisició durant i a la finalització de l'acció formativa a través d'activitats d'avaluació (exercicis, preguntes, treballs, problemes, casos, proves, etc.), que permetin mesurar el rendiment o acompliment de l'alumnat

### **Ocupacions i llocs de treball relacionats**

- 26511021 REDACTORS DE PUBLICITAT
- 26511030 TÈCNICS EN ESTUDIS DE MERCAT I OPINIÓ PÚBLICA (MARKETING)
- 26511049 TÈCNICS EN PUBLICITAT I/O RELACIONS PÚBLIQUES
- 52201079 DEPENDENTS DE COMERÇ, EN GENERAL
- 53001012 COMERCIANTS PROPIETARIS DE BOTIGUES

## **Requisits oficials de les entitats o centres de formació**

Estar inscrit al Registre d'entitats de formació (Serveis Públics d'Ocupació)

## DESENVOLUPAMENT MODULAR

### MÒDUL DE FORMACIÓ 1: Branding

#### OBJECTIU

Identificar els punts clau de la marca i discernir entre l'estratègia per a marca personal i marca empresa.

#### DURADA EN QUALSEVOL MODALITAT D'IMPARTICIÓ: 10 hores

Teleformació: Durada de les tutories presencials: 0 hores

#### RESULTATS D'APRENTATGE

##### Coneixements/ Capacitats cognitives i pràctiques

- Identificar el Branding de Marca vs. Branding Personal
  - Diferències entre marca personal i marca d'empresa
  - Estratègies
  - Anàlisi d'avantatges i inconvenients
- Aplicar la identitat corporativa visual
  - Parts que formen la identitat
  - Definició de la identitat corporativa visual
  - Redacció en un manual d'estils
- Descripció dels elements bàsics d'una marca
  - Producte/Servei
  - Experiència
  - Percepció
  - Nom
  - Icona

##### Habilitats de gestió, personals i socials

- Valoració de la importància de les campanyes de marca.
- Interès per la part gràfica i perceptiva de les marques.
- Capacitat d'entendre com afecta els estímuls sensorials la percepció.



## **MÒDUL DE FORMACIÓ 2: Pla de Màrqueting Digital**

### **OBJECTIU**

Redactar un Briefing i un Pla de Màrqueting Digital per a RRSS, triant el llenguatge i eines més adequats per al seguiment del Pla de Màrqueting Digital

### **DURADA EN QUALSEVOL MODALITAT D'IMPARTICIÓ: 15 hores**

Teleformació: Durada de les tutories presencials: 0 hores

### **RESULTATS D'APRENTATGE**

#### **Coneixements/ Capacitats cognitives i pràctiques**

- Aplicar un pla de màrqueting Digital
  - Definició d'objectius SMART
  - Construcció del Buyer Persona
  - Estratègia de captació: adquisició, engagement, conversió, fidelització
- Identificar les Tècniques i conceptes en màrqueting digital
  - Tècniques i llenguatge del màrqueting digital
  - Estratègies i tàctiques de posicionament orgànic (SEO) i paid mitjana (SEM)
  - Punts de contacte amb clients i leads (mail-web-RRSS)
- Descripció de les eines i analítiques en màrqueting digital.
  - Eines per mesurar, programar i automatitzar accions en màrqueting digital.
  - Planificació d'un calendari amb un pla de seguiment i control.
  - Definició de KPI's.
  - Aplicació d'acions correctives.

#### **Habilitats de gestió, personals i socials**

- Capacitat d'organització i planificació de campanyes de Màrqueting i anàlisi de resultats.
- Interès per entendre i fer servir eines digitals.

## **MÒDUL DE FORMACIÓ 3: Community management i RRPP en plataformes digitals.**

### **OBJECTIU**

Crear una comunitat activa que generi leads i potencïi el negoci, combinant canals i respectant la identitat de marca.

### **DURADA EN QUALSEVOL MODALITAT D'IMPARTICIÓ: 15 hores**

Teleformació: Durada de les tutories presencials: 0 hores

### **RESULTATS D'APRENTATGE**

#### **Coneixements/ Capacitats cognitives i pràctiques**

- Classificació de les relacions professionals i RRPP.
  - Players del mercat i negoci.
  - Contacte amb clients potencials.
  - Propostes de valor.
- Generació de comunitat.
  - Definició de gustos i preferències del target group.
  - Comunicació persuasiva.
  - Tàctiques d'engagement .
  - Augment de ràtios de conversió.
  - Interaccions.
- Generació d'oportunitats i embut de vendes.
  - Estratègies i tècniques per generar leads qualificats.
  - Tàctiques per millorar conversions i amplificar la captació.
  - Optimització de l'embut amb accions orgàniques i de Paid Media.
  - Mesurament i recalibració d'accions en funció dels objectius estratègics.
  - Sistema de control, seguiment i correcció d'accions en temps real.
- Registre de contactes i activitat.
  - Generació d'una base de dades activa.
  - Depuració de la base de dades.

#### **Habilitats de gestió, personals i socials**

- Potenciació de les habilitats comunicatives.
- Interès per la Psicologia de client.

## AVALUACIÓ DE L'APRENTATGE EN L'ACCIÓ FORMATIVA

- L'avaluació tindrà un caràcter teoricopràctic i es realitzarà de forma sistemàtica i contínua, durant el desenvolupament de cada mòdul i al final del curs.
- Es pot incloure una avaluació inicial i de caràcter diagnòstic per detectar el nivell de partida de l'alumnat.
- L'avaluació es durà a terme mitjançant els mètodes i els instruments més adequats per comprovar els diferents resultats d'aprenentatge, i que en garanteixin la fiabilitat i la validesa.
- Cada instrument d'avaluació s'acompanyarà del sistema corresponent de correcció i puntuació en què s'expliciti, de manera clara i inequívoca, els criteris de mesura per avaluar els resultats assolits pels alumnes.
- La puntuació final assolida s'expressarà en termes d'apte/no apte.