



Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

Venta online en la empresa: Redes sociales y herramientas de comunicación

Abril 2021

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	VENTA ONLINE EN LA EMPRESA: REDES SOCIALES Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN
Familia Profesional:	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Área Profesional:	ADMINISTRACIÓN Y AUDITORÍA
Código:	ADGD14
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Conocer las diferentes herramientas que en la actualidad permiten interaccionar digitalmente desde un punto de vista social (Redes Sociales – RRSS), aplicando los conocimientos adquiridos a la venta de productos a través de estos medios digitales, reforzando el negocio del e-Commerce y convirtiéndose en pequeño “influencer”, embajador y comercial digital de la marca que representa.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Redes Sociales (RRSS) en la empresa	20 horas
Módulo 2	Herramientas de comunicación digital	20 horas
Módulo 3	Técnicas de venta: Aplicación comercial en RRSS	10 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición: 50 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: <ul style="list-style-type: none">- Sin titulación, pero con experiencia demostrable de al menos 1 año en departamentos comerciales, marketing digital y con conocimientos en RRSS.- Licenciados, graduados o diplomados en otras ramas educativas pero cuya vinculación profesional se haya desarrollado en el entorno de departamentos comerciales y de marketing, así como conocimientos en RRSS.
Experiencia profesional	Experiencia de al menos 1 año en áreas comerciales o de marketing.
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: <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado, Ingeniero o el Título de Grado superior en otras ramas que en el ejercicio de su función docente le permita desarrollar su labor profesional tales como marketing, economía y publicidad, pedagogía, psicología y área comercial. - Diplomado, Ingeniero Técnico o el Título de Grado que en el ejercicio de su función docente le permita desarrollar su labor profesional tales como marketing, economía, publicidad, pedagogía, psicología y áreas comerciales.
Experiencia profesional mínima requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia reconocida de 5 o más años en departamentos de Marketing, formación o comercial. - Experiencia reconocida de 2 o más años como Director de formación, marketing o comercial. - Experiencia reconocida de 3 o más años como formador en empresas o departamentos de formación.
Competencia docente	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de Aptitud Pedagógica y acreditar al menos 100 horas de formación para adultos en modalidad presencial. - En caso de no disponer del Certificado de Aptitud Pedagógica, acreditar al menos 300 horas de formación para adultos en modalidad presencial.
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.

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

Espacios formativos	Equipamiento
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> - 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: o Servidor virtual o entorno de aprendizaje virtual para ciberseguridad.

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.

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 cumplimiento 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 interactuar 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 secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan 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.

Vinculación con capacitaciones profesionales

El centro formativo deberá extender un diploma o certificado de asistencia y evaluación positiva correspondiente con la formación recibida o que acredite la formación recibida.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 2484 Diseñadores gráficos y multimedia.
- 2651 Profesionales de la publicidad y la comercialización.
- 2652 Profesionales de relaciones públicas.
- 3510 Agentes y representantes comerciales.
- 5420 Operadores de telemarketing.
- 5492 Promotores de venta.

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo)

Centro móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: REDES SOCIALES (RRSS) EN LA EMPRESA

OBJETIVO

Obtener una visión general de las diferentes herramientas que existen en el mercado para potenciar el negocio y convertirse en embajador de la marca

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE FORMACIÓN: 20 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Aproximación al nuevo modelo de internet:
 - Origen.
 - Tipos.
 - Ventajas para obtener un mayor rendimiento del negocio.
- Identificación del Community Manager:
 - Definición.
 - Habilidades / actitudes.
 - Funciones.
- Utilización de las Redes Sociales (RRSS):
 - Introducción.
 - Aplicaciones comerciales en la empresa.
- Caracterización de RRSS:
 - Facebook.
 - Instagram.
 - LinkedIn.
 - Twitter.
- Uso de otras RRSS:
 - Whatsapp.
 - Youtube.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Orientado hacia la evolución de Internet que permite obtener un mayor rendimiento comercial en la empresa.
- Familiarizado con las funciones del Community Manager y cómo poder aplicarlas en cualquier entorno empresarial para detectar a potenciales clientes y prescriptores.
- Conocedor de las RRSS actuales en el mercado y de las diferentes ventajas que el conocimiento de las mismas pueda proporcionar para incrementar la red clientelar en el entorno empresarial.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

OBJETIVO

Obtener una visión general de cómo las herramientas de comunicación digital correctamente empleadas ayudan en la gestión del negocio y conocer las ventajas, tanto a nivel usuario como a nivel comercial, de estas herramientas.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Aproximación al Outlook 365.
- Redacción de mensajes.
- Configuración de bandejas y cuentas.
- Conocimiento de otros elementos de Outlook 365.
- Acercamiento a la aplicación Teams.
- Creación de un entorno de trabajo.
- Valoración del Teams como hub de productividad para el negocio.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Optimización de la gestión del equipo en pro de un incremento de la productividad mediante la utilización de herramientas de comunicación como Outlook 365.
- Generador de interacciones a través de la aplicación Teams tanto con el personal de la empresa como con clientes externos para crear nuevas y atractivas líneas de negocio.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3: TÉCNICAS DE VENTA: APLICACIÓN COMERCIAL EN RRSS

OBJETIVO

Aplicar los conocimientos adquiridos en Redes sociales (RRSS) a la gestión comercial, utilizando las diferentes técnicas de venta en función de los perfiles de asesor y de cliente, y convertirse en embajador del negocio y de la marca.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 10 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Conocimiento del perfil del vendedor.
- Conocimiento del perfil de cliente.
- Utilización de Técnicas de venta.
- Aplicación de las técnicas de venta Online a través de RRSS.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Orientado hacia la evolución de Internet que permite obtener un mayor rendimiento comercial en la empresa.
- Familiarizado con las funciones del Community Manager y cómo poder aplicarlas en cualquier entorno empresarial para detectar a potenciales clientes y prescriptores.
- Conocedor de las RRSS actuales en el mercado y de las diferentes ventajas que el conocimiento de las mismas pueda proporcionar para incrementar la red clientelar en el entorno empresarial.

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.