



Castilla-La Mancha



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Iniciativa de Empleo Juvenil
El FSE invierte en tu futuro

Campus Talento

Programa de Big Data,
Transformación
y Marketing Digital



PROGRAMA FORMATIVO CAMPUS TALENTO: BIG DATA, TRANSFORMACIÓN Y MARKETING DIGITAL

MÓDULOS PRINCIPALES DEL PROGRAMA

- Ecosistema y Transformación Digital
- Innovación y Emprendimiento Digital
- Big Data e Inteligencia Artificial
- Plan de Marketing y Comercialización Digital
- Diseño web, Comercio Electrónico y Customer Experience
- CRM y Marketing Relacional
- Marketing en Buscadores SEO-SEM
- Social Media y Content Marketing
- Diseño gráfico y edición de vídeo
- Business Intelligence y analítica de datos

MÓDULOS TRANSVERSALES DEL PROGRAMA

Módulo sobre Igualdad de oportunidades y no discriminación

Módulo: Igualdad de género

Módulo sobre Sostenibilidad y Economía Circular

MÓDULOS COMPLEMENTARIOS DEL PROGRAMA

PROGRAMA
"RAISE YOUR SKILLS"

ENGLISH COURSE

OUTDOOR TRAINING

STUDY TRIP

WORKSHOPS



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Iniciativa de Empleo Juvenil
El FSE invierte en tu futuro



MÓDULOS PRINCIPALES

Módulo 1: Ecosistema y Transformación Digital

El objetivo de esta asignatura es proporcionar al estudiante las claves de la economía digital desde los contextos histórico, sociológico, profesional y tecnológico; y de la transformación digital, analizando cómo está afectando a todos los negocios y los diferentes niveles de transformación que afectan a la empresa. El estudio de la asignatura contempla conocer las tendencias actuales en el entorno digital, así como las utilidades que presentan las diferentes herramientas y tecnologías en los negocios actuales y futuros. Se pretende que el alumno/a se familiarice con el entorno digital para que pueda aprovechar todas las oportunidades que nos ofrece.

Los contenidos del módulo son:

- Contexto y cambios profundos.
- Factores de disrupción en las industrias.
- Megatendencias físicas y digitales.
- Tecnologías disruptivas.

Competencias específicas

- Capacidad para aplicar las tecnologías disruptivas desde una perspectiva de negocio.
- Capacidad para analizar las tendencias sociales en cuanto a comportamientos de compra.
- Capacidad para comprender el entorno y contexto digital desde diversas perspectivas.
- Capacidad de desarrollar una actitud compatible con los valores de sostenibilidad y de responsabilidad social de cualquier tipo de empresa.

Resultados de aprendizaje

- Conocer los cambios generados en los productos y servicios de marketing gracias al entorno web y las redes sociales.
- Identificar las causas y consecuencias de la transformación digital: medios de pago, ámbito legal, cambios en la estructura de la empresa, mobile marketing, Internet de las cosas...
- Aprovechar las tecnologías disruptivas en el desarrollo de nuestro negocio



Módulo 2: Innovación y Emprendimiento Digital

Este módulo tiene como objetivo desarrollar de forma específica algunas de las principales capacidades transversales que los profesionales, directivos y emprendedores deben poseer para desarrollar la innovación en toda su extensión en el contexto empresarial (Micropymes, Pymes y Gran Empresa de todos los sectores de actividad) actual y futuro. Así como la creación de procesos innovadores (proceso de hacer algo nuevo o bien, algo tradicional bajo un protocolo o una estrategia nueva) asociados a la implementación de nuevos servicios, productos y procesos y/o mejoras en los ya existentes. Todo ello dentro del marco de la IV Revolución Industrial, la disrupción derivada de la aplicación de las Tecnologías Emergentes, el desarrollo de negocio en el Mercado Tecnológico y la Transformación Digital Corporativa.

Los contenidos del módulo son:

- La Innovación Empresarial.
- La Innovación Disruptiva.
- El Mercado Tecnológico.
- La Gestión del Cambio en los Procesos de Transformación Digital.
- Estrategia Competitiva: los Modelos de Negocio Innovadores.
- El Plan de Transformación Digital Empresarial.
- Modelo de negocio: definición, descripción, análisis y diseño.
- Patrones de modelos de negocio.
- Herramientas para el diseño de modelo de negocios.
- Estrategia y modelo de negocio.
- Proceso general de diseños de modelos de negocio.

Competencias específicas

- Capacidad para desarrollar y aplicar el marco conceptual conducente a la toma de decisiones aplicada a la transformación digital y a la mejora de productos y servicios en el contexto de la innovación empresarial y disruptiva.
- Capacidad de planificar, lanzar y desarrollar proyectos en el ámbito digital o fuertemente digitalizados.

Resultados de aprendizaje

- Adquirir y saber aplicar el marco conceptual y actitudinal necesario para desarrollar los procesos de innovación corporativa en cualquier contexto empresarial.
- Conocer y saber aplicar con precisión la metodología conducente a la toma de decisiones aplicada a la integración y desarrollo de las fases del proceso de transformación digital de la empresa.



Módulo 3: Big Data e Inteligencia Artificial

Este módulo supone sumergirse en el mundo del big data, término de moda en el ámbito organizacional. Durante los últimos años los puestos más requeridos por parte de las compañías son los de especialista en big data en el ámbito de la empresa. Resulta fundamental entender que el big data y la transformación digital no se trata solamente del aprendizaje de las plataformas, sino, especialmente, de la aplicación práctica para los intereses específicos de la compañía y eso es lo que va a hacer este módulo: aportarle al alumno/a los conocimientos técnicos necesarios, así como la visión para aplicarlos, en todos los procesos que se dan para extraer este nuevo petróleo: el almacenamiento, el procesamiento, la visualización y la posterior toma de decisiones.

Los contenidos del módulo son:

- Almacenamiento de datos y SQL.
- Ecosistemas principales del big data.
- Herramientas para el procesamiento de datos.
- Machine learning y métodos de aprendizaje automático
- Proveedores de sistemas en cloud.

Competencias específicas

1. Capacidad para identificar, desarrollar y probar soluciones para la correcta captación, almacenamiento, procesamiento y visualización de grandes volúmenes de datos, tanto estáticos como dinámicos, tanto estructurados como no estructurados, en tiempo real y aprovechándolos para mejorar la toma de decisiones en la empresa.
2. Capacidad para establecer estrategias que aporten valor en las organizaciones mediante la integración de las nuevas tecnologías que vayan apareciendo y que permitan romper con el status quo, permitiendo a las empresas

- Advanced analytics.
- Modelos de atribución.
- Clusterización de clientes.
- Marketing automation.
- Inteligencia artificial y robótica aplicada a la empresa.

diferenciarse de la competencia mediante el establecimiento de ventajas competitivas por la utilización intensiva de dichas tecnologías.

Resultados del aprendizaje

- Convertir los datos en información relevante susceptible de convertirse en conocimiento de cara a la toma de decisiones.
- Conocer y dominar las funcionalidades de los principales ecosistemas y herramientas de gestión del dato.
- Establecer políticas de almacenamiento, procesamiento, visualización y análisis de información dentro de la empresa.



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Iniciativa de Empleo Juvenil
El FSE invierte en tu futuro



Módulo 4: Plan de Marketing y Comercialización Digital

En este módulo el estudiante aprenderá a desarrollar una estrategia de marketing online a partir de la estrategia general de la compañía, estudiando los modelos, variables y herramientas propias de esta rama de gestión. De esta manera, el estudiante aprenderá a realizar un adecuado manejo de las distintas variables que componen el Mix de Marketing Online. Además, aprenderá la importancia y necesidad de planificar la actividad comercial y de marketing en entornos digitales, con tal de gestionar los recursos disponibles para la optimización de resultados.

Los contenidos de la asignatura son:

- Distribución en canales digitales.
- Omnicanalidad y digitalización de puntos de venta.
- Producto digital.
- Fijación de precios en Internet.
- Creación del Plan de marketing online.
- Estrategia digital del mix de marketing online.
- Creatividad digital.

Competencias específicas

- Capacidad para diseñar y planificar estrategias propias del marketing digital, optimizando el manejo de las variables del Mix de Marketing: producto, precio, promoción y distribución.
- Capacidad para realizar campañas online específicas para los distintos públicos, clientes y grupos de interés de la empresa.

Resultados del aprendizaje

- Manejar y combinar adecuadamente las variables del Mix de Marketing digital, con la perspectiva de optimizar los resultados.
- Diseñar e implementar planes de marketing y comunicación online.
- Establecer las políticas de producto y precio para canales online.



Módulo 5: Diseño web, Comercio Electrónico y Customer Experience

El impacto de Internet en distintas industrias, el nacimiento de empresas cuyas operaciones se basan exclusivamente o de forma mayoritaria en internet, el crecimiento del comercio electrónico ya sea como canal de venta adicional a los existentes o de forma principal, suponen elementos de importancia crítica a ser analizados desde la perspectiva empresarial para diseñar e implementar una estrategia de comercialización online idónea a las particularidades de cada negocio, que permita incrementar el volumen de ventas, generar nuevos clientes, o mejorar los márgenes empresariales.

Los contenidos del módulo son:

- Distribución y comercio electrónico.
- Diseño web y experiencia de usuario.
- Logística y operaciones.
- Plataformas de e-commerce.
- Posicionamiento orgánico en buscadores.
- Usabilidad.
- App Designing.

Competencias específicas

- Capacidad para conocer y aplicar correctamente los conceptos especializados acerca del diseño y arquitectura web para optimizar la experiencia de usuario.
- Capacidad para identificar y seleccionar los instrumentos y herramientas necesarias para poder diseñar, implementar y desarrollar un e-commerce, ya sea como canal principal o complementario a los existentes.

Resultados del aprendizaje

- Creación de una página web responsive con el módulo de comercio electrónico.
- Auditoría de experiencia de cliente.
- Establecer políticas adecuadas de distribución y comercio electrónico.

Módulo 6: CRM y Marketing Relacional

Dentro del Marketing moderno, existen aplicaciones informáticas que ayudan a que el día a día comercial esté orientado a esa relación con el cliente, herramientas que ayudan y facilitan la relación comercial con los clientes...pero la filosofía CRM va mucho más allá de lo que aporta una herramienta informática (muy útil sin duda para los vendedores), se trata pues de una auténtica filosofía estratégica con la que abordar el mercado, es muy posible que se trate de la filosofía comercial más moderna para diseñar estrategias comerciales y planes de negocio en las empresas orientadas verdaderamente a sus clientes.

Customer Relationship Management no es un modo más de marcar la orientación de las empresas, se trata de la columna vertebral de una filosofía comercial e incluso empresarial que hace que el cliente sea de donde nacen las estrategias y la evolución de la empresa.

Los contenidos del módulo son:

- Análisis y segmentación de perfil de cliente.
- Customer journey e identificación de los funnels.
- Inbound marketing.
- CRM y Social CRM.
- CRO (Conversion Rate Optimisation) y Lead Generation.
- Fidelización de cliente.

Competencias específicas

- Capacidad para identificar y explicar las nuevas formas de relacionarse con los consumidores en el entorno digital.
- Capacidad para definir estrategias en las redes sociales que tengan como foco avanzar dentro del embudo de conversión.

Resultados del aprendizaje

- Saber adaptarse a las demandas de los clientes a través de los nuevos canales digitales.
- Conocer a fondo el concepto e importancia del CRM (Customer Relationship Management) y sus implicaciones para la gestión en la organización.
- Conocer las principales aplicaciones de CRM existentes en el mercado.
- Crear su propia plataforma de CRM

Módulo 7: Marketing en Buscadores (SEO-SEM)

En este módulo se explicará en detalle cuáles son las fases que hay que tener en cuenta en el diseño y la ejecución de posicionamiento en buscadores: la búsqueda de palabras clave, la optimización técnica de un sitio web, la optimización de los contenidos, el proceso de difusión y popularización de una web y la definición y medición de métricas. El alumno o la alumna, en definitiva, dispondrá al final del módulo de las destrezas y los conocimientos necesarios para poder desarrollar una estrategia SEO y de SEM, alineada con los intereses de negocio y orientada a la consecución de resultados.

Los contenidos del módulo son:

- SEO: Posicionamiento orgánico en buscadores.
- SEO On page vs SEO Off Page.
- Desarrollo y planificación de una estrategia SEO.
- Métricas y KPI para SEO.
- Herramientas para la optimización orgánica.
- SEM: Publicidad en buscadores.
- Desarrollo y aplicación de una estrategia SEM.
- Herramientas para la mejora de nuestra posición PPC.
- ASO: Optimización de los motores de búsqueda de las App Store.

Competencias específicas

- Capacidad para diseñar una estrategia de posicionamiento de marca o producto en buscadores.
- Capacidad para establecer una estrategia de generación de contenidos orientada al SEO Off page.
- Capacidad para manejar las campañas dentro de las plataformas.

Resultados del aprendizaje

- Diseñar una estrategia en buscadores para el optimizar el posicionamiento de la marca.
- Crear sus primeras campañas de marketing en buscadores.
- Conocer los aspectos fundamentales para optimizar una campaña.

Módulo 8: Social Media y Content Marketing

Las redes sociales representan un espacio nuevo de comunicación, interacción e intercambio de opiniones, además de un valioso espacio de intercambio de recursos humanos y tecnología. Los medios sociales no son como los demás medios online. Este módulo ofrece al estudiante la posibilidad de adquirir los conocimientos acordes a las necesidades del mercado y con la visión global y práctica aplicable a las grandes empresas y PYMES. Por otro lado, se analizarán diferentes herramientas de gestión de contenidos digitales, branded contents (contenidos digitales vinculados a marcas), la distribución y venta de contenidos multimedia, etc. Además, se mostrarán las ventajas que ofrecen las nuevas herramientas basadas para trabajar con contenidos colaborativos, herramientas en red y blogs corporativos.

Los contenidos del módulo son:

- Estructura y roles de gestión de las redes en la empresa.
- ORM.
- Blogging.
- Principales redes sociales.
- Gestión de contenidos digitales.
- Marketing de influencia.
- Herramientas de gestión de los social media.
- Curación de contenidos.
- Plan de contenidos.
- Publicidad en las distintas redes sociales

Competencias específicas

- Capacidad para realizar campañas online específicas para los distintos públicos, clientes y grupos de interés de la empresa.
- Capacidad para diseñar y gestionar estructuras y campañas en las distintas redes sociales para aumentar la notoriedad y la reputación online.
- Capacidad para diseñar y gestionar campañas en las distintas plataformas de publicación e intercambio de

contenidos digitales para generar afinidad con el público objetivo.

Resultados del aprendizaje

- Realizar campañas de comunicación efectivas en redes sociales segmentando al público objetivo, mediante un mensaje adecuado y optimiza el discurso según los públicos a los que se dirige.
- Diseñar, implementar y gestionar perfiles de empresa en las distintas redes sociales.

Módulo 9: Diseño gráfico y edición de vídeo

Este módulo ofrece los conocimientos prácticos necesarios para poder diseñar y crear un proyecto de diseño gráfico y de la edición de vídeo, proporcionando al alumno/a el manejo de las herramientas más demandadas en sector. De esta manera el alumno/a podrá desde diseñar logotipos a retocar las imágenes de su página web o a crear sus propias piezas publicitarias audiovisuales.

Los contenidos del módulo son:

- Retoque y tratamiento digital de imágenes
Dibujo vectorial para creación de Logos y formas
Edición, maquetación y tipografías de textos para publicaciones
- Edición audiovisual
- Fotografía y grabación

Competencias específicas

- Capacidad para realizar piezas publicitarias a través de las principales herramientas de diseño gráfico y audiovisual.
- Capacidad para mejorar la calidad de la identidad visual y audiovisual de la marca.

Resultados del aprendizaje

- Realizar proyectos integrales de diseño gráfico y de edición de vídeo.
- Retocar y tratar digitalmente las imágenes.
- Crear la identidad visual corporativa de nuestra empresa.



Módulo 10: Business Intelligence y analítica de datos

Es un módulo en el que conviven elementos del análisis cuantitativo y cualitativo, con aspectos específicos de la inteligencia de negocios aplicada a los canales digitales y al mundo social: big data, plataformas de automatización de campañas, creación y gestión de cuadros de mandos, escucha del sentimiento en los medios sociales y monitorización de la conversación en las redes, o inbound marketing. Destaca la utilización de las herramientas de visualización de datos más potentes de la actualidad.

Los contenidos del módulo son:

- Tipos de investigación: exploratoria, causal, descriptiva, etc.
- Diseño de un proyecto de investigación de marketing.
- Análisis de datos para la toma de decisiones.
- Casos de éxito de Investigación Comercial a través de la Red.
- Plataformas de procesamiento y visualización de datos.
- Advanced analytics y análisis estadístico.
- Plataformas de automatización de campañas.
- Implementación de las herramientas de analítica web.
- Integración de los píxeles de seguimiento y conversión.
- Principales elementos de estudio de una web.
- Medición de la audiencia de una web.
- Tracking de las fuentes de adquisición de un site.
- Análisis del comportamiento del usuario en el sitio web.
- Trazo de las conversiones y de los modelos de atribución.
- Herramientas de analítica para las principales redes sociales.

Competencias específicas

- Capacidad para analizar mediante métodos tecnológicos avanzados los diferentes mercados, identificando sus segmentos para establecer el posicionamiento adecuado y diseñar ofertas adaptadas a cada uno de ellos.
- Capacidad para cuantificar y parametrizar la información disponible en la web, analizarlas y extraer conclusiones orientadas a la reputación on line.
- Capacidad para utilizar y contrastar las principales herramientas de análisis de internet que permitan extraer y

monitorizar la información imprescindible de las distintas acciones realizadas en redes sociales.

Resultados del aprendizaje

- Cuantificar y analizar los datos extraídos de una investigación de mercados.
- Entender la importancia del análisis de datos para el planteamiento y desarrollo de una estrategia de marketing digital.
- Dominar y aplicar las principales métricas de análisis y orientarlas a la toma de decisiones.



MÓDULOS TRANSVERSALES

Módulo: Igualdad de oportunidades y no discriminación

En este módulo trata sobre la construcción del concepto de exclusión social, en identificar y analizar los diferentes casos de desigualdad que se producen en la actualidad.

Objetivos

Definir y contextualizar el concepto de Igualdad en relación con las Políticas sociales.

Contenido

- El concepto de discriminación, y de igualdad de oportunidades.
- El Plan de Igualdad en la empresa.
- Prevención del acoso.
- Lenguaje no sexista.
- Diversidad y no discriminación.

Competencias específicas

- Diseñar e implementar programas y proyectos para promover la igualdad de oportunidades.
- Conocer los fundamentos teóricos en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación.
- Utilizar lenguaje no sexista.

Resultados del aprendizaje

- Gestionar la igualdad de oportunidades.
- Conocer un plan de igualdad.

Módulo: Igualdad de género

En este módulo se pretende conocer los principios básicos de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres relacionados con la socialización de género, visualización y desmontaje de estereotipos, así como conocer los instrumentos existentes para su aplicación, y sensibilizar en el valor social de la igualdad como eje para el desarrollo social.

Objetivos

- Promover la igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de género entre mujeres y hombres en todos los ámbitos.
- Trabajar desde una perspectiva transversal y multidisciplinar en la promoción de la igualdad de género.

Contenido

- Conceptos básicos sobre igualdad, y el origen de las desigualdades.
- Identificación de situaciones de discriminación en los entornos laborales.
- Conciliación de la vida laboral, personal y familiar.
- Las acciones positivas.
- ¿Dónde se da la desigualdad de género, y qué hacer para conseguir la igualdad efectiva de mujeres y hombres en la empresa?
- Normativa en igualdad de oportunidades, y de trato de mujeres y hombres en el ámbito de las empresas.

Competencias específicas

- Reflexionar en torno a las situaciones de discriminación que se producen en los diferentes ámbitos de la sociedad y, especialmente, en el ámbito laboral.
- Identificar actitudes y comportamientos sexistas en los entornos laborales.
- Tener en cuenta los intereses, las necesidades y las prioridades tanto de las mujeres como de los hombres, reconociéndose la diversidad de los diferentes grupos de mujeres y de hombres.
- Conseguir la igualdad de género para que los hombres y las mujeres sean iguales en todos los ámbitos.
- Acercarnos a la normativa sobre acoso sexual y acoso por razón de sexo. Se hará especial referencia a las medidas para la prevención del acoso sexual y acoso por razón de sexo en las empresas

Resultados de aprendizaje



Módulo: Sostenibilidad y Economía Circular

Este módulo es necesario para ampliar los conocimientos en materia de sensibilización ambiental. Profundizaremos en distintos conceptos relacionados con el medioambiente, analizaremos los principales problemas medioambientales y comprenderemos los principios de los sistemas de gestión ambiental que nos permitan implementar proyectos sostenibles y respetuosos con el Medio Ambiente.

Objetivos

- Adquirir los conocimientos, habilidades y actitudes, necesarios para planificar, organizar e implantar un Sistema de Gestión del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Programa

- Nociones generales sobre Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- La contaminación ambiental
- Los recursos del Medio Ambiente
- Desarrollo sostenible
- Instrumentos de gestión ambiental y desarrollo sostenible: La Agenda 21 y la huella ecológica.



MÓDULOS COMPLEMENTARIOS

Programa de desarrollo de habilidades directivas “Raise your skills”

Estudiar este programa va a suponer una experiencia formativa que va a cambiar la vida profesional del alumno/a para siempre. Más allá de la formación específica que va a obtener dentro del programa formativo, todos los alumnos se incorporarán al programa Raise Your Skills en el que el director del programa, así como el equipo de Orientación Profesional y de Prácticas y Empleo de la Bolsa de Trabajo, le van a ayudar a superarse. ¿Cómo funciona? Al inicio del programa tendrán con cada alumno/a una sesión de orientación individualizada y le pasarán unos tests psicométricos para establecer un diagnóstico de las competencias, conocimientos y habilidades que han de trabajar para acercarse a sus objetivos profesionales.

Posteriormente, crearemos un itinerario formativo personalizado en base a dicho diagnóstico. En este itinerario los alumnos realizarán una serie de seminarios y talleres mediante los que les ayudaremos a acercarse al perfil ideal del profesional en el que se quieren convertir. Al final del programa, tendrán una entrevista de cierre en la que analizaremos su evolución y les ayudaremos con los próximos pasos para que continúen ampliando su empleabilidad. El programa cuenta con tres fases principales:

START

- Orientación individualizada:
 - Simulacros de entrevista
 - Dinámicas de grupo
- Bolsa de Trabajo + Jefe de Estudios
- Análisis de los objetivos profesionales del alumno/a
- Análisis del perfil conductual (test psicométricos)
- Revisión curricular al alumno/a
- Resolución de dudas sobre búsqueda de trabajo y empleabilidad
- Desarrollo profesional:
 - Seminarios y talleres sobre las habilidades profesionales más demandadas
 - Visitas de empresas

DEVELOPMENT

- Orientación laboral:
 - Formación sobre procesos de admisión

NEXT STEPS

- Seguimiento de la evolución del alumno/a:
 - Análisis del desarrollo del alumno/a
 - Evolución del perfil conductual
- Recomendaciones sobre el plan de carrera



English Course

En este módulo se pretende ayudar a la capacitación profesional mediante la preparación para diferentes acreditaciones reconocidas a nivel nacional e internacional. La formación de inglés se lleva a cabo dentro de la normativa vigente de la enseñanza de idiomas en España y en la Unión Europea. Los cursos presentan un diseño adaptado al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas y a la metodología propia: un sistema de enseñanza cercano, flexible, actual, dinámico y personalizado.

Tras una prueba de nivel, se pretende proporcionar a los estudiantes de idiomas la preparación suficiente que les permita lograr sus metas personales y que repercutan favorablemente en su experiencia de aprendizaje y desarrollo profesional.

Objetivos

- Entender información específica y las características generales de un texto, así como el tono y la estructura textual del mismo.
- Escribir textos no especializados, por ejemplo, artículos, ensayos, cartas, emails, o historias cortas en los que se describan funciones tales como aconsejar, pedir perdón, comparar, describir, explicar, dar una opción, recomendar o sugerir.
- Expresarse de manera clara y matizada de forma oral y escrita sobre temas diversos
- Ser capaz de entender mensajes orales y escritos atendiendo a la actitud, los detalles, las funciones, los propósitos, las relaciones, etc.
- Prepararse para obtener la certificación en inglés correspondiente.

Metodología

La metodología adoptada en esta asignatura para el aprendizaje y evaluación de sus contenidos se encuentra adaptada al sistema de evaluación continua. Los conocimientos se adquieren a través del estudio razonando de todas las unidades didácticas del curso, así como del material didáctico complementario, a disposición de los estudiantes en el Aula Virtual (artículos, vídeos, páginas web, etc.). Además, es preciso que los estudiantes realicen las actividades planificadas en el “cronograma de actividades didácticas”, y definidas

en el “sistema de evaluación orientativo”, apartados ambos que figuran en la guía docente de la asignatura (siempre disponible en el aula).

Tutorías

Las dudas conceptuales que surjan tras el estudio razonado de las unidades de manual y/o del material complementario deben plantearse en los Foros de Tutorías disponibles en el Aula Virtual.

No obstante, está a disposición de los estudiantes un horario de tutorías telefónicas o consultas mediante correo electrónico.



Outdoor Training

Para poder triunfar en el ámbito profesional, más allá de los conocimientos específicos relativos a cualquier área departamental de una compañía, se requieren también una serie de conocimientos y habilidades profesionales denominadas habitualmente como soft skills.

Trabajar en equipo, ser capaz de tomar decisiones en entornos difíciles, gestionar el tiempo, saber negociar o gestionar equipos son elementos que pueden marcar la diferencia en el mercado profesional. De cara a poner en práctica este tipo de competencias, vamos a llevar a cabo un seminario de la mano del cuerpo de bomberos de la Comunidad de Madrid siguiendo una metodología outdoor training.

Los alumnos/as participarán en equipos de trabajo en los que tendrán que tomar decisiones de manera conjunta para alcanzar una serie de objetivos marcados por parte de la dirección del seminario, en un entorno lúdico y de sana competencia en el que los alumnos/as irán creando su propio mapa organizacional.

El outdoor training es un seminario que se organizará con las principales empresas e instituciones españolas. Supone un verdadero cambio para generar grupo y realizar networking entre los distintos participantes del seminario.



Study Trip

Uno de los objetivos del CAMPUS TALENTO: Programa de Big Data, Transformación y Marketing Digital es la organización y ejecución de un “Study Trip a Madrid” durante dos días. La finalidad es que el/la participante reciba un torrente de reflexiones empresariales, reales y actuales mediante charlas protagonizadas por profesores y profesionales que les den ese valor añadido de una experiencia en Madrid, una de las ciudades más atractivas, modernas e internacionales de Europa, donde se comparten experiencias altamente enriquecedoras.

Durante la estancia en Madrid, los alumnos trabajarán en un entorno adecuado, en una institución académica de reconocido prestigio, que invite a la concentración durante las clases presenciales, al trabajo en equipo en un entorno privilegiado, que favorezca el intercambio de experiencias entre alumnos/as, profesores y directivos/as de empresas para lograr un enfoque más amplio y global, y así cumplir los objetivos del Campus mediante sesiones, visitas a empresas e instituciones, conferencias/Workshops/masterclass

Durante estos dos días, los estudiantes tendrán la oportunidad de analizar escenarios de referencia nacional e internacional, contrastar experiencias y debatir con referentes del mundo de la Empresa hoy, será un acercamiento a las empresas que operan en un ecosistema digital.

El propósito de estos dos días, es transmitir una visión completa y pragmática sobre la digitalización de los negocios. Una visión, cuyo enfoque supere lo puramente teórico para conseguir que los/as participantes en el Study Trip lleven a cabo, de forma exitosa, sus primeras acciones de acercamiento a la realidad de la economía digital.

A continuación, describimos las actuaciones a contemplar en el “Study Trip Madrid”:

1. Programa académico

Objetivos:

- Abordar las últimas tendencias del sector, incorporando nuevas tecnologías y contenidos relacionados con las oportunidades estratégicas actuales (Big data, empresas 4.0.).



- Los alumnos no sólo tienen ocasión de conocer de primera mano diferentes procesos de trabajo, sino también las características de las empresas dedicadas a diversos procesos y establecer contactos con organizaciones y profesionales.
- Networking inspiracional.

Contenidos:

- Mínimo de 16 horas de formación: combinación de conferencias, visitas y actividades culturales que permitan a los alumnos obtener una completa inmersión en la realidad empresarial y en concreto en materia de marketing digital y Big Data.
- El Programa docente del “Study Trip Madrid” cubrirá los aspectos de innovación, experiencia de cliente, tendencias y actualidad en el ámbito empresarial, además de visitar las instalaciones y explicarnos su modelo de negocio, en algunas de las visitas podemos disfrutar de la charla de uno de sus directivos/as dónde nos ofrecerá su visión sobre alguna de las temáticas claves del curso que han realizado.
- Entrega de material al alumno.

2. Programación de visitas a empresas de referencia:

Se realizarán al menos dos visitas (que permitan a los/as alumnos/as conocer el mundo real de los negocios y aplicación de contenidos teóricos relacionados con el curso realizado), y donde compartir con profesionales reconocidos en sus respectivas especialidades buenas prácticas y/o errores más habituales en la puesta en marcha de determinados proyectos relacionados con la materia en cuestión. Debate con los alumnos

Workshops

1. Workshop: Metodologías ágiles para la transformación digital

El entorno empresarial en el que nos movemos actualmente se caracteriza por un gran dinamismo, así como por una fuerte competencia global que obliga a encontrar los elementos de diferenciación de nuestra empresa. Esta necesidad requiere que en nuestro equipo de trabajo los cambios sean vistos como una oportunidad continua de desarrollo y crecimiento de la empresa.

Las metodologías ágiles son una exigencia actual de las principales empresas a nivel mundial, y es un requisito esencial en los project managers del futuro. Son cada vez más los proyectos y empresas que demandan un “enfoque ágil” de gestión, por el fracaso del anterior método de cascada; por ello, en el programa introducimos este Workshop de Metodologías Ágiles para la Gestión de Proyectos, en el que abordaremos el desarrollo ágil de la gestión mediante equipos de alto rendimiento orientado a la entrega de valor al cliente.

Por la asistencia a este curso se entrega al alumno certificado como Expert Scrum Foundations de la organización EuropeanScrum.org®. Asimismo, y tras la realización de un examen online incluido con este programa, el alumno podrá además obtener su diploma como Expert Scrum Master otorgado por EuropeanScrum.org®. También, y a partir de la formación obtenida en el Curso, el alumno contará con la preparación suficiente para obtener la certificación Professional Scrum Master que concede Scrum.org®, presentándose al examen que requiere esta organización.



2. Workshop: Design Thinking

Design Thinking es tener un pensamiento de diseño para analizar un problema de la manera en la que lo solucionaría un diseñador. Para ello se utilizan las herramientas, componentes y aspectos creativos inherentes a la profesión de diseño y a la persona que realiza la acción de diseñar (thinker).

Se trata de descomponer un problema y dividirlo en problemas más pequeños y solucionables para construir una solución global. La metodología Design Thinking tiene su origen en la Universidad de Stanford de California y, aunque se está llevando a cabo desde los años 70 en algunas empresas, en los últimos años su crecimiento está siendo exponencial.

Inicialmente esta metodología estaba muy relacionada con el desarrollo de producto, pero poco a poco ha ido evolucionando y se ha convertido en una herramienta general para introducir elementos, características y procesos de innovación organizacional de toda índole.

Una característica fundamental de la metodología Design Thinking es que está centrada en el usuario y en los problemas que a éste se le pueden plantear y en la empatía.

Dentro del programa vamos a establecer este seminario debido a la importancia que tiene dentro del mundo digital la necesidad de entender al usuario digital y de pensar como el usuario digital.

3. Workshop: Creación de chatbots

Los chatbots o bots conversacionales son programas informáticos que nos permiten mantener conversaciones y ofrecer respuestas a nuestros usuarios a través del teclado o mediante la voz. Contar con chatbots nos permite agilizar la comunicación con nuestros clientes, debido a que podemos ofrecer respuestas preconcebidas a las preguntas más habituales de los clientes, automatizando las respuestas y, por tanto, reduciendo el tiempo de trabajo.

De esta manera, podemos centrar nuestros esfuerzos en atender aquellas preguntas en las que el profesional de la atención al cliente sí que aporta valor. Un chatbot constituye, en la práctica, un servicio de atención básico al cliente a coste cero.

El usuario va a poder tener una respuesta rápida de sus dudas cualquier día del año y a cualquier hora, sin necesidad de tener que enviar un correo electrónico o hacer una llamada telefónica, por lo que mejorará la imagen de la empresa.

De cara a cualquier pequeña empresa, contar con un chatbot supone una ventaja fundamental por el ahorro de recursos que supone, por lo que hemos decidido incorporar este workshop en el que los alumnos se irán del mismo con su primer chatbot realizado.

4. Workshop: Creación de comercio electrónico para el entorno rural

Debido a las características de gran dispersión de población y a la ausencia de una gran masa de público a su disposición, el comercio electrónico se ha convertido en una necesidad imperiosa para cualquier compañía que trabaje dentro del ámbito rural. Solucionando el problema de la logística y del envío podemos dar servicio a un público que no tiene por qué estar estrechamente relacionado con nuestra localidad de origen y, de esta manera, acabar con las barreras naturales para la expansión de una compañía.

Pero un comercio electrónico es muy distinto a un comercio físico y existen numerosos puntos a tener en cuenta cuando nos vamos a lanzar a crear nuestra tienda online: plataformas, servidores, medios de pago, atracción de tráfico, retención de clientes, etc.

En ese ecosistema, sencillo para el profesional del ecommerce pero complejo para el profano en la materia, es en el que nos tenemos que desenvolver si queremos vender más allá de nuestro radio de acción tradicional.

Dentro del programa, hemos establecido un workshop de creación de comercio electrónico en el entorno rural, en el que los alumnos crearán su propia plataforma de comercio electrónico, utilizando para ello Woocommerce, la plataforma de comercio electrónico de Wordpress, principal plataforma a nivel mundial. Además, dentro del taller, se verán elementos como integración con los medios de pago, mantenimiento técnico y estratégico del site, posicionamiento en buscadores, etc. La idea del taller es que el alumno pueda entrar sin conocimientos profundos de comercio electrónico y salir con su página web preparada para la venta.



5. Workshop: Creación de campañas en Google Ads para PYMES

Para poder tener éxito dentro del ámbito del marketing digital y del comercio electrónico, resulta fundamental atraer tráfico a nuestros portales digitales. En ese sentido, Google se ha convertido, gracias a su plataforma Google Ads, en la principal puerta de entrada del público a la inmensa mayoría de empresas que han afrontado su digitalización.

En este workshop, los alumnos van a salir diseñando sus propias campañas, que pueden aprovechar dentro de sus propias empresas.

Realizando este taller, cualquier alumno será capaz de realizar el proceso de investigación de las palabras clave más relevantes para su negocio, así como de crear su propia estructura de campañas, con sus correspondientes grupos de anuncios y trabajar en los procesos de segmentación y de optimización de los mismos.

En el taller se tratarán los diferentes tipos de campañas que podemos desarrollar dentro de Google Ads (SEM, Display, Universal, etc.) y se informará sobre cómo conseguir crédito gratuito de Google para la realización de las primeras campañas.



6. Workshop: Planificación de medios enfocado a la PYME

La planificación de medios es necesaria dentro de cualquier plan de marketing. No basta solamente con pensar en dónde estimamos oportuno lanzar nuestros anuncios, sino que cualquier profesional debe ser capaz de decidir, cuánto, dónde, cuándo y cómo invertir dinero en campañas de publicidad.

Esta necesidad es todavía más acuciante en el mundo de la pyme, debido a la escasez de recursos si lo comparamos con la gran empresa. Nos podemos equivocar menos veces, ya que disponemos de menor presupuesto para ello.

Es por esto que hemos incluido este workshop, para que el alumno disponga de los argumentos, datos y técnicas necesarias para la creación de un buen plan de medios, siendo capaz de analizar la información de que dispone y en base a ello, definir objetivos, perseguirlos de la forma más rentable y medir los resultados obtenidos.

Durante este taller nos vamos a centrar en los medios de comunicación más habituales para la pequeña y mediana empresa, con un importante peso específico de los medios digitales, pero sin prescindir de otras herramientas que pueden ser interesantes para una organización de estas características

7. Workshop: Robótica aplicada al entorno rural

Aunque el mundo de la transformación digital ha estado tradicionalmente relacionado con las smart cities, la robótica, la automatización de procesos y la utilización de la inteligencia artificial son trenes que el mundo rural no puede dejar pasar.

La utilización de este tipo de tecnologías no se limita al sector servicios, sino que su impacto puede ser muy importante de cara a sectores tan tradicionales como la agricultura o la ganadería: mediante robots podemos realizar acciones como controlar el riego, prevenir las plagas o ser capaces de optimizar la cantidad de producción que vamos a sacar del campo.

En este workshop se van a explorar las posibilidades que la robótica y el RPA tienen dentro del ámbito rural y los alumnos programarán su primer robot de manera sencilla

8. Workshop: Fotografía y retoque fotográfico para las redes sociales

Las redes sociales se han convertido en uno de los principales medios de que disponen las empresas para comunicarse con sus públicos. La capacidad de establecer un diálogo con los clientes, así como de entender sus necesidades y de hacerles llegar los mensajes que tienen los social media son insuperables. No obstante, existen multitud de empresas que se lanzan a la aventura de tener una presencia digital en este tipo de herramientas y no todas lo hacen de la mejor manera posible.

En este workshop el alumno aprenderá a sacar el máximo partido a su creatividad para diseñar y crear imágenes originales que tengan un mayor éxito. Para ello, aprenderán desde cero y paso a paso cómo deben trabajar sus imágenes en redes sociales, aportando información relevante sobre composición, filtros, herramientas, etc.

Dentro de este taller, tiene un peso importante la realización de fotografías desde dispositivos móviles, así como el aprendizaje de herramientas específicas de edición de fotografías realizadas por este tipo de dispositivos