



**CONVOCATORIA TIC 2018**

---

**Servicios a Empresas**

# CONVOCATORIA TIC

**LAE FORMACIÓN** pone a disposición de trabajadores en activo, **cursos gratuitos** para la adquisición y mejora de competencias profesionales relacionadas con los cambios tecnológicos y la transformación digital.

**Convocatoria del año 2018** para la concesión de subvenciones públicas para la ejecución de programas de formación de ámbito estatal, para la adquisición y mejora de competencias profesionales relacionadas con los cambios tecnológicos y la transformación digital, dirigidos prioritariamente a trabajadores ocupados, en aplicación de la Orden TAS/718/2008.

## CARACTERÍSTICAS:

- » Los participantes en estas acciones formativas no consumen crédito formativo.
- » Destinatarios: trabajadores ocupados (incluidos autónomos).
- » Los cursos tendrán una duración de entre 30 y 180 horas.
- » Sólo computarán aquellos alumnos que cumplan con 75% de permanencia en plataformas y desarrollo del curso.
- » El participante puede realizar:
  - Más de una acción cuya suma no supere las 120h.
  - Una única acción aunque supere las 120h.
- » No se puede realizar más de una acción de manera simultánea.
- » Hay 1 plan transversal y 2 sectoriales:
  - Acceso a los sectoriales: “...deben pertenecer a las empresas de los sectores a los que se dirige el programa. El **sector está determinado por el convenio colectivo o acuerdo específico de formación** al que pertenece el trabajador participante”.
  - Acceso a transversales: acceso desde cualquier sector.

## DESTINATARIOS DE LA CONVOCATORIA

- » Trabajadores dados de **alta en RGSS**.
- » Trabajadores **fijos discontinuos** (en periodo de no ocupación).
- » Trabajadores con **contrato temporal** (en activo a la fecha de inicio de la acción formativa).
- » Trabajadores que accedan a situación de **desempleo cuando se encuentren en el periodo formativo** o personas afectadas por medidas temporales de suspensión de contrato por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción en sus periodos de suspensión de empleo.
- » Trabajadores dados en alta en **Régimen de Autónomos** (también pueden participar en los planes sectoriales correspondientes a su ámbito de actividad).
- » Trabajadores **desempleados inscritos como demandantes de empleo en los Servicios Públicos de Empleo**. La participación de desempleados será como máximo del 30%.
- » **En el plan transversal:** trabajadores de cualquier sector incluidos trabajadores de administraciones públicas (límite del 10% de participantes otorgados).





*\* Esto supone que estén dados de alta en los grupos de cotización 6 (subalternos), 7 (Auxiliares Administrativos) 9 (Oficiales de tercera y especialistas) 10. (peones)*

# EXPEDIENTES

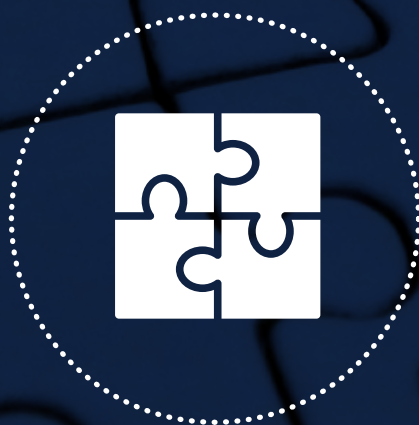
---



SERVICIOS  
A LAS EMPRESAS



ADMINISTRACIÓN  
Y GESTIÓN



TRANSVERSAL



# SERVICIOS A LAS EMPRESAS

El programa de formación se dirigirá a trabajadores de los 7 sectores identificados en este ámbito sectorial de Servicios a las empresas:

## Sectores

---

- » 12 Empresas de consultoría y estudios de mercados y opinión pública.
- » 51 Empresas de ingeniería y oficinas de estudios técnicos.
- » 55 Empresas de trabajo temporal.
- » 107 Contact Center (Telemarketing).
- » 118 De los servicios de prevención ajenos.
- » 710 Investigación y desarrollo.
- » 715 Gestión de la información y de la comunicación.





# SERVICIOS A LAS EMPRESAS

**LAE FORMACIÓN** a través de la Convocatoria TIC, pone a disposición de trabajadores en activo la siguiente relación de **cursos gratuitos** para la obtención del diploma acreditativo de realización de especialización formativa. Estos cursos se incluyen en el Fichero de Especialidades del Servicio Público de Empleo Estatal. Son cursos gratuitos para los participantes. Plazas limitadas.

## Acciones Formativas

DENOMINACIÓN ESP./PLANT.	MODELO	HORAS	Nº DE ALUM.	C./H. SOLIC.
ADGG010PO - COMERCIO ELECTRÓNICO	Telef.	40	26	5,00
ADGG102PO - BUSINESS INTELLIGENCE	Telef.	30	27	5,00
COMM061PO - POSICIONAMIENTO EN LA WEB PARA EL EMPRENDIMIENTO	Telef.	90	82	5,00
COMM085PO - MARKETING Y REPUTACIÓN ON LINE: COMUNIDADES VIRTUALES	Telef.	180	109	5,00
COMT066PO - COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS	Telef.	90	54	5,00
IFCM026PO - SEGURIDAD INFORMATICA Y FIRMA DIGITAL.	Telef.	50	28	5,00



# SERVICIOS A LAS EMPRESAS

## Acciones Formativas

### COMERCIO ELECTRÓNICO

#### 1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- 1.2. Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa.

#### 2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO

- 2.1. Concepto.
- 2.2. Negocios en la red. Modelos de negocio.
- 2.3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional.
- 2.4. Tipos de comercio electrónico. Comercio electrónico.
- 2.5. Relación cliente-proveedor.
- 2.6. El proceso de compra.
- 2.7. Comercio electrónico según el medio utilizado.

#### 3. LA TIENDA ELECTRÓNICA

- 3.1. Promoción sitios webs.
- 3.2. Tiendas virtuales o productos.
- 3.3. Servicios en internet y medios digitales.

#### 4. MARKETING EN LA RED

- 4.1. Marketing "one to one". El cliente "on line".
- 4.2. Herramientas de gestión y administración de un sitio web.
- 4.3. Plan de marketing on line.
- 4.4. Herramientas clave: comunicación y logística.
- 4.5. El proceso de venta por Internet.
- 4.6. Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados.
- 4.7. Soportes para el comercio electrónico. E-Recursos humanos.
- 4.8. Los infomediarios. Proveedores de soluciones.

#### 5. CRM. Estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online.

#### 6. DIFUSIÓN

- 6.1. Plataformas tecnológicas.
- 6.2. Transmisión de información.
- 6.3. Ventajas e inconvenientes.

#### 7. ENTORNO JURÍDICO

- 7.1. Contratación electrónica e imposición fiscal.
- 7.2. Protección de datos, dominios y ética.
- 7.3. Seguridad en las compras.
- 7.4. Medios de pago disponibles.



## BUSINESS INTELLIGENCE

### 1. INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

- 1.1. Introducción.
- 1.2. La pirámide organizacional.
- 1.3. Herramientas de inteligencia de negocios.
- 1.4. Fundamentos del Datawarehouse .
- 1.5. Características.
- 1.6. Ventajas.
- 1.7. Sistemas OLTP.
- 1.8. Implementación del Datawarehouse.
- 1.9. Análisis OLAP (Drill Down, Drill Up).
- 1.10. Servidores OLAP (ROLAP, MOLAP, HOLAP, Minería de Datos, Definiciones de Data Mining).
- 1.11. Categorías de Data Mining.
- 1.12. Proceso de Minería de Datos.
- 1.13. Metodología.
- 1.14. Reportes.
- 1.15. Consultas.
- 1.16. Alertas.
- 1.17. Análisis.
- 1.18. Pronósticos.

### 2. LA GESTIÓN DE PROYECTOS DE BUSSINES INTELLIGENCE

- 2.1. Gestión de Proyectos.
- 2.2. Planificación del proyecto.
- 2.3. Riesgos.

### 3. ARQUITECTURA DE UN PROYECTO DE BUSINESS INTELLIGENCE

- 3.1. Procesos de Extracción, Transformación y Carga.
- 3.2. El almacén de Datos.
- 3.3. Herramientas de Visualización y consulta: Reportes.
- 3.4. Herramientas de Visualización y consulta: DashBoards.
- 3.5. Herramientas de Visualización y consulta: OLAP.
- 3.6. Herramientas de Visualización y consulta: Data Mining.
- 3.7. Procesos ETL.
- 3.8. Creación de cubos multidimensionales.

## POSICIONAMIENTO EN LA WEB PARA EL EMPRENDIMIENTO

### 1. CÓMO POSICIONAR PÁGINAS WEB CUANDO SE EMPRENDE UN NEGOCIO

- 1.1. Posicionamiento en buscadores de empresas de nueva creación.
  - 1.1.1. Buscadores y directorios.
  - 1.1.2. Relevancia de los resultados.
  - 1.1.3. Tráfico cualificado.
  - 1.1.4. Técnicas penalizables de posicionamiento.
- 1.2. Palabras clave.
  - 1.2.1. La importancia de las palabras clave.
  - 1.2.2. Analizar el tráfico que recibe el sitio web.
- 1.3. ¿Dónde utilizar las palabras clave?
  - 1.3.1. Dominio y URL.
  - 1.3.2. El título de la página. Encabezados y texto de la página.
  - 1.3.3. Las etiquetas meta.
- 1.4. Enlaces (l).
  - 1.4.1. Enlaces internos.
  - 1.4.2. Conseguir enlaces externos. Alta en directorios.

- 1.5. Enlaces (II).
  - 1.5.1. Marcadores sociales. Intercambio de enlaces.
  - 1.5.2. Enlaces que penalizan.
  - 1.5.3. Mapa del sitio (Sitemap).
- 1.6. Contenidos difíciles de posicionar cuando se crea una empresa.
  - 1.6.1. Imágenes.
  - 1.6.2. Flash.
  - 1.6.3. La librería SWFObject.
  - 1.6.4. El archivo robots.txt.

## **2. EL EMPRENDEDOR COMO ANALISTA WEB: CÓMO DISEÑAR UNA WEB Y MEDIR EL TRÁFICO CON GOOGLE ANALYTICS**

- 2.1. Diseño y Usabilidad de la página Web del nuevo negocio Online.
  - 2.1.1. Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.
  - 2.1.2. Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.
  - 2.1.3. Prácticos: Aplicaciones de software disponibles.
  - 2.1.4. Caso real: Virtual Shop.
  - 2.1.5. Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice.
  - 2.1.6. Caso Real: Concepción de un negocio online.
  - 2.1.7. Caso práctico resuelto.
- 2.2. Gestión de Blog Corporativo.
  - 2.2.1. Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.
  - 2.2.2. El Blog en la estrategia online: Facebook Connect, etc.
  - 2.2.3. Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso.
  - 2.2.4. Cómo crear un blog con Wordpress, paso a paso.
  - 2.2.5. Caso práctico resuelto.
- 2.3. Marketing 3.0.
  - 2.3.1. Value Management: Prepararse para el Marketing 3.0.
  - 2.3.2. Co-Creation: El cliente como creador del producto.
  - 2.3.3. Comunidades 3.0: Comunicación Cliente-Cliente.
  - 2.3.4. Creación de campañas de Comunicación en la Web Semántica.
  - 2.3.5. Ejemplo Real: Nuestra marca y su ADN social.
  - 2.3.6. Ejercicio Práctico: Crear una estrategia de Marketing dinámica 3.0.

## **COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS**

### **1. MERCHANDISING**

- 1.1. Definición.
- 1.2. Funciones.
- 1.3. Objetivos.

### **2. IMAGEN Y POSICIONAMIENTO**

- 2.1. Estrategia de imagen.
- 2.2. Estrategia de posicionamiento del producto.

### **3. PLANIFICACIÓN DE UNA PROMOCIÓN**

- 3.1. Objetivos de la Promoción.
- 3.2. La Promoción dentro de la estrategia de comunicación.

### **4. LA LEGISLACIÓN CON RESPECTO A LA PROMOCIÓN**

- 4.1. Normativa aplicable.

## 5. INTERVENCIÓN EN LAS DIFICULTADES DE APRENDIZAJE

- 5.1. Perfil del consumidor.
- 5.2. Comportamiento de compra.

## 6. HERRAMIENTAS PROMOCIONALES DIRIGIDAS A LA DISTRIBUCIÓN

- 6.1. Animación en el punto de venta.

## 7. HERRAMIENTAS PROMOCIONALES DIRIGIDAS AL COMERCIANTE

- 7.1. Política de promociones.

## MARKETING Y REPUTACIÓN ON LINE: COMUNIDADES VIRTUALES

### 1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA.

- 1.1. Redes Sociales: Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter.
- 1.2. Los Beneficios del Social Media en la Empresa.
- 1.3. Como integrar las Redes Sociales en la Estrategia corporativa.
- 1.4. Seleccionar los Canales Adecuados.
- 1.5. Medir el Impacto.

### 2. LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SOCIALES.

- 2.1. Páginas web 2.0.
- 2.2. Los Blogs en la estrategia corporativa.
- 2.3. Integración de plataforma en la web.
- 2.4. Vídeo y Fotografía.

### 3. MARKETING ON-LINE.

- 3.1. Introducción del Marketing en Internet.
- 3.2. Social Media Marketing.
- 3.3. Nuevo Consumidor.
- 3.4. Cómo detectar tendencias.
- 3.5. Publicidad en los Medios Sociales.
- 3.6. Cómo medir acciones on-line.

### 4. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES.

- 4.1. ¿Qué es el posicionamiento?
- 4.2. Cómo funciona un buscador.
- 4.3. Factores "On the page".
- 4.4. Factores "Off the page".
- 4.5. Consejos para contratar servicios de posicionamiento en buscadores.

### 5. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO.

- 5.1. Herramientas básicas.
- 5.2. Herramientas de gestión.
- 5.3. Herramientas de multiposting.
- 5.4. Herramientas de gestión integral.
- 5.5. Herramientas de monitorización integral.

### 6. MODERACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS EN COMUNIDADES VIRTUALES.

- 6.1. Introducción.
  - 6.1.1. Los contenidos como base de la conversación.
- 6.2. La importancia de los contenidos en una comunidad.
  - 6.2.1. Tipos de comunidades.
  - 6.2.2. Tipos de contenidos.

- 6.3. Tareas y responsabilidades del Community Manager.
  - 6.3.1. El responsable de una comunidad virtual gestiona, modera y dinamiza.
  - 6.3.2. Búsqueda, identificación y selección de contenidos y personas.
  - 6.3.3. Caso práctico de creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad.
  - 6.3.4. Contenidos comerciales para comunidades comerciales.
  - 6.3.5. Las 3 leyes de las comunidades virtuales.
- 6.4. Buenas prácticas y malas prácticas.
  - 6.4.1. La confianza es la base de una comunidad.
  - 6.4.2. Seguimiento de contenidos, personas y marcas en la red.
- 6.5. Aspectos legales y propiedad intelectual.
- 6.6. Guía rápida para gestionar contenidos en la red.

## **7. ON-LINE REPUTATION MANAGEMENT: GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON-LINE.**

- 7.1. Introducción.
- 7.2. ¿Qué es el ORM?
  - 7.2.1. Definición de reputación on-line.
- 7.3. El plan de reputación on-line. 7.3.1. Análisis.
  - 7.3.2. Diagnóstico.
  - 7.3.3. Plan de activos.
  - 7.3.4. Monitorización.
- 7.4. Desarrollo e implementación del plan.
  - 7.4.1. Gestión de activos.
  - 7.4.2. Monitorización.
  - 7.4.3. Desarrollo del Plan de Comunicación On-line.
  - 7.4.4. El mapa de públicos/GDI.
  - 7.4.5. Identificación de valores de capacidad de desarrollo.
  - 7.4.6. Construcción de contenidos en función de los grupos de interés.
  - 7.4.7. Táctica de activos.
- 7.5. Análisis de la estrategia de portavocía on-line.
- 7.6. Principales amenazas en la estrategia de ORM.
  - 7.6.1. Debilidades en posicionamiento en buscadores para palabras clave.
  - 7.6.2. Carencia de portavocía en la red y falta de un protocolo de actuación.
  - 7.6.3. Falta de propagación y socialización.
  - 7.6.4. Desprotección ante enemigos que posicionan por falta de activos propios.
  - 7.6.5. Otras amenazas.
- 7.7. Casos de gestión de reputación on-line actuales.
  - 7.7.1. Casos de éxito.
  - 7.7.2. Casos de situaciones de crisis.
- 7.8. Mejores y peores prácticas.
  - 7.8.1. Mejores prácticas.
  - 7.8.2. Peores prácticas.

## **SEGURIDAD INFORMÁTICA Y FIRMA DIGITAL**

### **1. FIRMA ELECTRÓNICA / FIRMA DIGITAL**

### **2. TIPOS DE CERTIFICADOS:**

- 2.1. Certificados de Servidor (SSL: Capa de zócalos seguro)
- 2.2. Microsoft Server Gated Cryptography Certificates (Certificados de CGC-una extensión del protocolo SSL- ofrecida por Microsoft).
- 2.3. Certificados Canalizadores.
- 2.4. Certificados de Correo Electrónico.
- 2.5. Certificados de Valoración de páginas WEB. 2.6. Certificados de Sello, Fecha y Hora

**3. SISTEMAS DE SEGURIDAD EN LA EMPRESA.**

- 3.1. Sistemas pasivos y reactivos.
- 3.2. Suplantación o spoofing:
  - 3.2.1. SET (Secure Electronic Transaction).
  - 3.2.2. PGP (Enterprise Security).
  - 3.2.3. SSL (Secure Socket Layout).

# INSCRIPCIÓN

## **AUTÓNOMOS:**

- » ANEXO I correspondiente al curso cumplimentado.
- » Copia del DNI por las dos caras.
- » Copia del último recibo de autónomos.
- » Alta IAE.

## **REGIMÉN GENERAL:**

- » ANEXO I correspondiente al curso cumplimentado.
- » Copia del DNI por las dos caras.
- » Copia de la cabecera de la última nómina.

## **DESEMPLEADOS:**

- » ANEXO I correspondiente al curso cumplimentado.
- » Copia del DNI por las dos caras.
- » Copia de la renovación de la demanda de empleo.
- » Copia informe vida laboral o tarjeta sanitaria.







902 211 151  
[laeformacion.net](http://laeformacion.net)

  [info@laeformacion.net](mailto:info@laeformacion.net)