

“DIGITAL POWER FOR YOUNG WOMEN”

Financiado por la fundación Incyde - Programa FSE+ de Empleo Juvenil 2021-2027

Este proyecto tiene como objetivo principal brindar formación a mujeres jóvenes de Andalucía en áreas clave para el empleo sostenible e inclusivo.

Te presentamos los cuatro cursos disponibles

1. Coordinadora de Proyectos

Duración: 160 horas

En este curso aprenderás a manejar y gestionar herramientas de apoyo a la Administración y coordinación para individuos, equipos y organizaciones durante la implementación de un proyecto.

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

- Planificar las actividades de acuerdo con las prioridades.
- Conocer las necesidades de los diferentes públicos que van a acudir al evento.
- Gestión de proveedores y plazos.
- Elaborar campañas de comunicación para dar a conocer el evento.
- Asesorar a los clientes en todas las posibilidades del evento.
- Seleccionar los lugares, proveedores, etc., más adecuados.
- Organizar el timing del evento.

Contenidos:

Módulo 1. Ofimática

- Unidad 1. Outlook
- Unidad 2. Word
- Unidad 3. Excel
- Unidad 4. PowerPoint

Módulo 2. Gestión de la documentación

- Unidad 1. Principales ventajas de utilizar un sistema de gestión documental
- Unidad 2. La gestión documental en la nube
- Unidad 3. Herramientas para la gestión documental

Módulo 3. Comunicación y atención al cliente

- Unidad 1. La comunicación en la atención al público
- Unidad 2. Atención al público. El consumidor

Módulo 4. Organización de eventos y viajes

- Unidad 1. Fundamentos en la organización de eventos
- Unidad 2. Eventos corporativos y protocolo empresarial
- Unidad 3. Organización de eventos
- Unidad 4. Organización de viajes

Módulo 5. Acceso al mercado laboral (presencial)

- Unidad 1. Aplicación práctica de las nuevas tecnologías en la gestión de proyectos
- Unidad 2. Inteligencia emocional en el entorno laboral

Analista de Datos

Duración: 160 horas

Cada vez más, las empresas ven los análisis de datos como un valor que les permite mantenerse a la vanguardia. Esto ha conducido a una enorme demanda de analistas de datos cualificados.

El análisis de datos es un proceso de inspeccionar, limpiar y transformar datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones y apoyo a la toma de decisiones.

El Big data es el conjunto extremadamente grande de datos que pueden analizarse computacionalmente para revelar tendencias o patrones (muchos de ellos ocultos), especialmente relacionados con el comportamiento y las interacciones humanas tanto físicas como online (redes sociales).

Dando los pasos correctos en la búsqueda de fuentes de datos, su procesamiento, almacenamiento y visualización, se responde a muchas interrogantes de las empresas aplicando técnicas de Machine Learning.

El objetivo de este curso eminentemente práctico y aplicable al día a día de cualquier tipo de empresa (pequeña, mediana o grande) es adquirir las habilidades y destrezas para introducirse en el ámbito de la analítica básica y analítica avanzada gracias a la Inteligencia Artificial.

Con ello se obtendrá una visión innovadora del uso de los datos, transformarlos en información y con el conocimiento adecuado tomar las mejores decisiones basadas en aspectos objetivos (números) y subjetivos (expertise).

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

- Identificar las prácticas para la implementar un proyecto de Big Data.
- Analizar datos para descubrir tendencias en el mercado.
- Aplicar técnicas de análisis estadístico.
- Definir los criterios de calidad de los datos.
- Procesar, depurar, buscar e interpretar datos.
- Servir de interlocutor entre el área técnica y el área de marketing.
- Desarrollar un proyecto de Big Data con una marcada visión de negocio.
- Aplicar las ventajas del Marketing Analytics trabajando sobre casos de uso práctico.
- Manejar las mejores herramientas de Business Intelligence y Big Data Marketing.

Contenidos:

Módulo 1. Customer Knowledge. Social Business Intelligence

- Unidad 1. Escuchar activamente: Facebook, Instagram y Twitter
- Unidad 2. Conversar: customer centric, chatbot, asistentes virtuales, mensajería, SMS, Mail
- Unidad 3. Observar: API. IOT, RFID/QR, Beacons
- Unidad 4. Mostrar: publicidad digital, plataformas, comparadores, vídeo, display, foros...
- Unidad 5. Actuar: Sales App, TPV, WebSales, buscadores
- Unidad 6. Big Data Marketing: DMP y publicidad programática

Módulo 2. Customer Centric

- Unidad 1. e-CRM
- Unidad 2. Omnicanalidad
- Unidad 3. Personalización y segmentación
- Unidad 4. Reputación online
- Unidad 5. Customer Experience
- Unidad 6. Customer Experience Management. Fidelización

Módulo 3. Introducción al Big Data y la Inteligencia Artificial

- Unidad 1. Datos y análisis
- Unidad 2. Big Data, Smart Data
- Unidad 3. Evolución tecnológica en el marketing
- Unidad 4. Fuentes de datos. Ingesta
- Unidad 5. Almacenamiento y procesamiento de datos
- Unidad 6. Inteligencia Artificial. Modelos y algoritmos
- Unidad 7. Business Analytics, Business Intelligence, visualización

Módulo 4. Inteligencia Artificial. Aplicaciones prácticas en el marketing

- Unidad 1. Personalización y recomendación
- Unidad 2. Análisis de sentimientos
- Unidad 3. Dinámica de precios
- Unidad 4. Venta adicional y venta cruzada personalizada

Módulo 5. Tecnología, cambio de cultura y Data Driven

- Unidad 1. Cloud, plataformas, costes
- Unidad 2. Customer 360º
- Unidad 3. Tendencias del Big Data Marketing

Módulo 6. Acceso al mercado laboral (presencial)

- Unidad 1. Aplicación práctica de las nuevas tecnologías en el análisis de datos
- Unidad 2. Inteligencia emocional en el entorno laboral

Desarrolladora Web Junior

Duración: 160 horas

En este curso tendrás la oportunidad de disfrutar de una experiencia educativa digital, en la que conocerás los componentes fundamentales del lenguaje de marcado HTML. Además, tendrás la oportunidad de crear listas, tablas y formularios en HTML, así como aprender a dar formato a diferentes textos usando CSS y de introducirte en el lenguaje JavaScript

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

- Reconocer los componentes fundamentales del lenguaje de marcado HTML.
- Identificar y diferenciar las listas no ordenadas y ordenadas y la aplicarlas en función de las necesidades de un proyecto.
- Crear tablas y utilizar los elementos específicos que existen para la definición y el tratamiento de estas.
- Diseñar formularios en internet para recoger datos, interactuar con el usuario y salvaguardar la información.
- Dar formato utilizando diferentes fuentes; decorar un texto, formatear párrafos y definir las opciones de atajo de fuentes de entrada.
- Utilizar contenedores y modificar su estilo añadiendo márgenes o cambiando su tamaño.
- Crear plantillas para disponer visualmente elementos en un blog.
- Crear plantillas para diseñar los elementos de una tienda virtual.
- Reconocer la utilidad y las características del lenguaje JavaScript.

Contenidos:

Módulo 1. Introducción al desarrollo web

- Unidad 1. Introducción a la programación
- Unidad 2. Introducción al desarrollo web
- Unidad 3. HTML
- Unidad 4. CSS

Módulo 2. Desarrollo Front-End con HTML5 y CSS3

- Unidad 1. Estructura HTML
- Unidad 2. Listas en HTML
- Unidad 3. Tablas en HTML
- Unidad 4. Formularios en HTML
- Unidad 5. CSS para controlar texto en páginas web
- Unidad 6. Estilos para contenedores
- Unidad 7. Creando el layout de un blog con CSS3 y HTML5
- Unidad 8. Creando el layout para una tienda virtual con CSS3 y HTML5
- Unidad 9. Introducción a JavaScript

Módulo 3. Acceso al mercado laboral (presencial)

- Unidad 1. Aplicación práctica de las nuevas tecnologías en el desarrollo web
- Unidad 2. Inteligencia emocional en el entorno laboral

Especialista en Medios Digitales

Duración: 160 horas

En esta especialidad te adentrarás en el complejo mundo de Internet: con este curso adquirirás una visión global de cuáles son las reglas del juego en el mundo digital. Profundizaremos también el marketing digital, pieza clave de Internet. Aprenderemos a establecer una estrategia digital, es decir, la serie de acciones que se pueden realizar para lograr el objetivo de marketing prefijado. Asimismo, identificarás los elementos o acciones fundamentales para crear campañas de marketing digital dentro de la estrategia establecida con el fin de lograr ese objetivo.

También nos familiarizaremos con algunas de las herramientas digitales más populares. Tendremos la oportunidad de aprender cómo funcionan a través de su uso práctico.

Estableceremos el punto de partida para que podáis profundizar después en aquellas áreas que conforman el ecosistema online que más os gusten o en las que sintáis que mejor encajan con vuestro background.

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

- Planificar una estrategia de posicionamiento SEO en buscadores.
- Analizar sitios web y valorar su grado de optimización.
- Analizar las métricas que miden el éxito de sus acciones.
- Crear una campaña de anuncios publicitarios en las páginas de resultados de Google.
- Conocer herramientas útiles para analizar a la competencia.
- Reconocer los conceptos básicos para optimizar una campaña en base a los resultados obtenidos.
- Aprender a medir datos y analizar la información de forma correcta.
- Analizar los datos de Google Analytics y aplicar estrategias de marketing en base a esos datos.
- Utilizar anuncios en Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn.
- Gestionar, diseñar y desarrollar un proyecto web para el medio digital.
- Comprender los conceptos y diferencias entre UX (experiencia de usuario) y UI (usabilidad).
- Identificar las técnicas de investigación de usuarios y metodologías de evaluación de producto.

Contenidos:

Módulo 1. SEO

- Unidad 1. Por qué SEO y mitos del SEO
- Unidad 2. Estrategia en SEO
- Unidad 3. Palabras clave en SEO
- Unidad 4. SEO on page/off page
- Unidad 5. Estructura web en SEO
- Unidad 6. Optimización de páginas
- Unidad 7. La importancia del contenido
- Unidad 8. Los "backlinks"

Módulo 2 SEM

- Unidad 1. Qué es SEM y sus conceptos
- Unidad 2. Herramientas SEM
- Unidad 3. Crear una campaña SEM
- Unidad 4. Errores más comunes
- Unidad 5. Métricas en SEM
- Unidad 6. Cómo diseñar una campaña en AdWords

Módulo 3. Analítica Digital

- Unidad 1. Representación de datos
- Unidad 2. Informes, personalización y administración
- Unidad 3. Exportación de datos
- Unidad 4. Paneles
- Unidad 5. Accesos directos
- Unidad 6. Eventos de "Intelligence"
- Unidad 7. Tiempo real
- Unidad 8. Audiencia
- Unidad 9. Adquisición
- Unidad 10. Comportamiento
- Unidad 11. Conversiones

Módulo 4. Planificación en Social Ads

- Unidad 1. Introducción a Social Ads
- Unidad 2. Formatos de anuncio
- Unidad 3. Segmentación de audiencias
- Unidad 4. Definición del presupuesto
- Unidad 5. Medición de resultados
- Unidad 6. Simulación de una campaña

Módulo 5. Desarrollo digital y experiencia de usuario

- Unidad 1. Introducción y conceptos
- Unidad 2. Objetivos y "research" del usuario
- Unidad 3. Planificación del proyecto
- Unidad 4. Organización y arquitectura de la información
- Unidad 5. Proceso de diseño
- Unidad 6. Test y análisis de producto

Módulo 6. Acceso al mercado laboral (presencial)

- Unidad 1. Aplicación práctica de las nuevas tecnologías en los medios digitales
- Unidad 2. Inteligencia emocional en el entorno laboral