



Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

Técnicas de fidelización del viajero: marketing y transformación digital

Diciembre 2020

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN DEL VIAJERO: MARKETING Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Código:	COMM12
Nivel de cualificación profesional:	2

Objetivo general

Adquirir conocimientos y habilidades en el manejo y aplicación de herramientas y técnicas de Marketing Digital con el objeto de captar, retener y fidelizar a los clientes sirviéndose de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en internet.

Relación de módulos de formación

Módulo 1 La fidelización del cliente en la estrategia empresarial	10 horas
Módulo 2 Marketing digital: herramientas de fidelización de clientes	20 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición 30 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones/ titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none">• Certificado de profesionalidad de nivel 1• Título Profesional Básico (FP Básica)• Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente• Título de Técnico (FP Grado Medio) o equivalente• Certificado de profesionalidad de nivel 2• Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Medio• Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad
Experiencia profesional	No se requiere.
Modalidad de teleformación o mixta	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	<p>Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Técnico Superior en Marketing y Publicidad de la familia profesional de Comercio y Marketing • Técnico Superior en Transporte y Logística de la familia profesional de Comercio y Marketing • Certificados de profesionalidad de nivel 3 de la familia de Comercio y Marketing
Experiencia profesional mínima requerida	No se requiere
Competencia docente	<p>En términos de competencia docente, el formador deberá demostrar al menos uno de los siguientes méritos acreditativos de su capacitación didáctica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia docente contrastada de al menos un año, o de seis meses si dicha experiencia está directamente relacionada con el campo competencial de la especialidad formativa. • Certificado de profesionalidad de Docencia de la formación profesional para el empleo o Certificado de profesionalidad de Formador ocupacional. • Título de licenciado en Pedagogía, Psicopedagogía o de Maestro en cualquiera de sus especialidades, graduado universitario en el ámbito de la Psicología o de la Pedagogía, o de un título universitario oficial de posgrado en los citados ámbitos. • Título universitario oficial distinto de los indicados en el apartado anterior y además se encuentren en posesión del Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), de un título profesional de Especialización Didáctica, el Certificado de Cualificación Pedagógica, el Máster Universitario habilitante para el ejercicio de las Profesiones reguladas de Profesor de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Escuelas Oficiales de Idiomas, etc.
Modalidad de teleformación o mixta	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)	Equipamiento
Aula polivalente	30 m ²	2 m ² /participante	<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

EQUIPAMIENTO

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.

Si la especialidad se imparte en modalidad de teleformación, cuando haya tutorías presenciales, se utilizarán los espacios formativos y equipamientos necesarios indicados anteriormente.

Además, en el caso de modalidad mixta, 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 permiten 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.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 999 Transversal a múltiples ocupaciones.
- 1219 Directores de políticas y planificación y de otros departamentos administrativos no clasificados bajo otros epígrafes
- 4411 Empleados de información al usuario

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: LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO

Entender las implicaciones que para la estrategia de la empresa tiene la fidelización de clientes/usuarios, manejando herramientas para la medición y análisis

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 de las implicaciones de la fidelización del usuario/cliente en la estrategia de la empresa

- Análisis y medición del impacto en la actividad de la empresa.
- Manejo de estrategias de fidelización para mejorar posicionamiento empresarial.
- Seguimiento de indicadores de crecimiento y rentabilidad.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Pensamiento analítico para la comprensión de las necesidades del usuario del servicio
- Escucha activa del cliente como fuente esencial de información para la prestación del servicio de calidad.
- Curiosidad para implantar nuevas herramientas y /o canales para la fidelización.
- Proactividad en el planteamiento de mejoras.
- Adaptación al cambio para la mejora constante del servicio al usuario.
- Creatividad orientada a la innovación constante del servicio.
- Capacidad de comunicación con los distintos agentes que intervienen en la prestación del servicio.
- Habilidad para la negociación en situaciones conflictivas.
- Empatía en el análisis y tratamiento de las necesidades del cliente
- Cooperación y trabajo en equipo para la creación de propuestas de valor

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: MARKETING DIGITAL: HERRAMIENTAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

OBJETIVO

Conocer y manejar adecuadamente las opciones del Marketing digital y sus herramientas para la retención de clientes

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- **Conocimiento del papel del Marketing digital y sus herramientas para la retención de clientes**
 - Conceptualización y análisis de la fidelización de clientes en el marco del Plan digital de la empresa.
 - El Plan de Marketing digital al servicio de la fidelización de clientes
 - Ventajas del marketing digital
 - Manejo de algunas técnicas fundamentales en la fidelización de los usuarios del servicio.
 - Estrategias de fidelización. Técnicas y herramientas.
 - Programas de fidelización:
 - Atención personalizada.
 - Recompensa al viajero asiduo
 - Contacto asiduo con el cliente.
 - Canales ágiles de comunicación.
 - Seguimiento y acciones post-venta.
 - Servicio diferenciado de la competencia.
 - Innovación constante en la prestación del servicio
 - Comprensión y dominio de la analítica básica de los resultados de las actuaciones de fidelización.
 - Ratios para la medición de resultados

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Pensamiento analítico para la comprensión de las necesidades del usuario del servicio
- Escucha activa del cliente como fuente esencial de información para la prestación del servicio de calidad.
- Curiosidad para implantar nuevas herramientas y /o canales para la fidelización.
- Proactividad en el planteamiento de mejoras.
- Adaptación al cambio para la mejora constante del servicio al usuario.
- Creatividad orientada a la innovación constante del servicio.
- Capacitación para la comunicación con los distintos agentes que intervienen en la prestación del servicio.
- Habilidad para la negociación en situaciones conflictivas.
- Empatía en el análisis y tratamiento de las necesidades del cliente
- Cooperación y trabajo en equipo para la creación de propuestas de valor

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.