PLAN FORMATIVO EMPRESAS Y EMPRENDEDORAS FAMP/RED INTERNISA

Fecha: noviembre | 2021

PREMISAS DEL DISEÑO DEL PLAN FORMATIVO INTERNISA PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORAS

✓ Adaptación de las premisas del WP4 (capacitación/formación) INTERNISA al territorio andaluz, teniendo en cuenta el factor ruralidad y la idiosincrasia territorial.

- Modelo para impartir la formación telemática (100% online),
- Elaboración de 1 grupos de empresas de los sectores financiero, turismo, agroalimentario, textil y otros,
- Organización de los recursos telemáticos para mejor experiencia del alumnado,
- Distribución de horas (formación grupal 20 empresas y tutorización grupal con grupos de 5 empresas),

✓ Planificación y coordinación con la RED INTERNISA del procedimiento de captación y logística para desarrollo del plan de formación,

✓ Rediseñar el alcance, cobertura y características de la acción formativa,

OBJETIVOS DEL PLAN FORMATIVO INTERNISA PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORAS

✓ Desarrollar las capacidades digitales y el autoaprendizaje en EMPRESAS Y EMPRENDEDORAS: identidad digital, gestión digital de la información, marketing de contenidos y atracción, normativa, etc.

✓ Identificar las competencias básicas de alfabetización digital para el desarrollo del negocio,

✓ Facilitar el acceso a recursos/ herramientas/infraestructuras útiles para su desarrollo competencial,

✓ Diseñar una hoja de ruta para el desarrollo digital de empresas y emprendedoras.

Para el personal docente:

✓ Identificar puntos de mejora

✓ Poner en prácticas metodologías de aprendizaje holísticas que integren e impulsen,

✓ Actuar como facilitadores

ENI CBCMED Cooperating across borders in the Mediterranean

Project funded by the EUROPEAN UNION

REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

INTERNISA

CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL DOCENTE

- ✓ Licenciatura y/o posgrado en rama socioeconómica -técnica (Económicas, ADE, Publicidad, Sociología, Ciencias políticas, Marketing, Derecho, Ingenierías),
- ✓ Experiencia en intervención con empresas y emprendimientos de diversas ramas de negocio,
- ✓ experiencia previa en programas de digitalización,
- ✓ Experiencia mínima de 100 horas como docente en proyectos de carácter digital, marketing digital, sociolaboral, alfabetización y herramientas y técnicas de negocio,
- ✓ Formación o experiencia complementaria en materia de igualdad de género,
- ✓ Se valorará positivamente experiencia previa y formación en coaching, proceso de tutorización individualizada y de equipos, diseño y desarrollo de itinerarios personalizados, etc.

EMPRESAS Y EMPRENDEDORAS

- ✓ Empresas y emprendedoras de Andalucía con participantes de edades comprendidas entre los 18 y los 40 años (no limitante),
- ✓ Mediana cualificación digital,
- ✓ Proyectos de emprendimiento en fase de formulación
- ✓ Economía activa oficial en caso de empresas,
- ✓ Mediano nivel de brecha digital (amplio grado herramientas ofimáticas, pero no de apps colaborativas, normativa, y marketing de contenidos y atracción)

CARACTERÍSTICAS Y METODOLOGÍA

- ✓ Formato teleformación (15 horas, repartidas en 5 días, durante 2 semanas) y tutorización grupal telemática en grupos de 5 empresas (10 horas: 4 horas por empresa): las tutorías grupales se distribuyen en 1 sesión de dos horas para 4 grupos de 5 empresas cada uno y una tutoría final de cierre con los 4 grupos para presentación de los trabajos elaborados,
- ✓ 4 bloques formativos: bloque 1 (Alfabetización digital empresarial)- bloque 2 (Investigación de mercado)- bloque 3 (Marketing inbound introducción; Conversión y cierre; Contenidos, storytelling SEO; Blog y RRSS) – bloque 4 (Creación de una oferta innovadora; promociones,

ENI CBCMED Cooperating across borders in the Mediterranean
Project funded by the EUROPEAN UNION
REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA
FAMP FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS
INTERNISA

- ✓ Abordaje transversal de las competencias digitales (ejemplo: boosting perfil de negocio en LinkedIn y otras redes sociales, promoción inbound del negocio a través de portales online),
- ✓ Perspectiva holística de la formación como proyecto (ejemplo: establecer tipo de estrategia online de promoción del negocio),
- ✓ 1 grupo de 20 empresas (total 20) para impartir la formación (100% online) y 4 grupos de 5 empresas para las sesiones de tutorización (100% online),
- ✓ Se promueve la autoformación a través de material y herramientas de interés disponibles en la nube, de tal forma que se pueda acceder de modo permanente,

DURACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HORAS

- ✓ Total de horas formativas y de tutorización con docente que recibe cada empresa o emprendedoras 19 horas, distribuidas como sigue:
  - 15 teleformación grupal (grupo 20 empresas)
  - 3 horas teletutorización grupal (grupo 5 empresas):1 sesión de 3 horas; 1 sesión de 1 hora para presentación de caso práctico conjunta,
- ✓ Impartición en el mes de octubre y noviembre,
- ✓ Duración del programa 3 semanas,
- ✓ Horas totales impartidas: 18

APROXIMACIÓN AL TEMARIO

MODULO 1 UNIDADES	CONTENIDO	COMPETENCIAS	RESULTADOS
ALBAFETIZACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL. 3 HORAS	• Decisiones y actuaciones básicas de ciberseguridad en la empresa • Certificados digitales • Plataformas de licitación • Principales herramientas de comunicación y colaboración online • Google my business ○ Reseñas ○ Publicaciones • Google analytics ○ Configurar cuenta • Google adwords	• Conocer diferentes tecnologías digitales apropiadas para diferentes contextos (funcionalidades) y saber seleccionar, • Decidir la forma más apropiada de ajustar y personalizar las herramientas del entorno digital para satisfacer necesidades empresariales, • Compartir información mediante tecnologías digitales, • Colaborar mediante tecnologías digitales, • Proteger la información y los datos, • Conocer herramientas especializadas y utilizarlas para generar valor en la empresa	• Mejorar la competitividad de la empresa • Adoptar medidas de ciberseguridad y protección de datos, • Tomar decisiones sobre las herramientas TICs a implantar, • Mejorar la capacitación tecnológica de las empresas • Crear reseñas y publicaciones a través de Google my business • Aprender a crear una cuenta Google analytics • Aprender a utilizar Wetransfer, • Aprender a utilizar la nube
MÓDULO 2 UNIDADES	**CONTENIDO**	**COMPETENCIAS**	**RESULTADOS**
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. 3 HORAS	• Conceptualización investigación de mercados • Análisis sectorial • Análisis de la competencia • Análisis del cliente	• Conocer diferentes herramientas específicas de análisis de mercado e identificar la utilidad que tienen para la empresa, • Utilizar la información sobre la competencia y clientes para extraer conclusiones y contribuir al desarrollo estratégico de la empresa,	• Tomar decisiones estratégicas a raíz de las conclusiones de la investigación de mercados (nuevos productos, clientes tipo, valor añadido sobre la competencia) • Proponer nuevas ideas y procesos de mejora útiles para la empresa, como consecuencia del análisis de mercado

MODULO 3	UNIDADES	CONTENIDO	COMPETENCIAS	RESULTADOS
APROXIMACIÓN PRÁCTICA AL INBOUND MARKETING. 6 HORAS	**UNIDAD DIDÁCTICA 1: INTRODUCCIÓN Y ESTRATEGIA INBOUND MARKETING**	• Introdución al Inbound Marketig, Buyer persona, Buyer's journey • Conversión y cierre, CTA's, landing pages, páginas de agradecimiento, proceso de ventas	• Plantear soluciones relacionadas con la captación de clientes y puesta en marcha de estrategia de marketing inbound, • Identificar necesidades de los clientes y la empresa, adoptando las herramientas digitales apropiadas	• Manejar y conocer los conceptos claves asociados al Inbound Marketing, • Diseñar una estrategia marketing empresarial orientada al cliente, • Establecer objetivos de la empresa con respecto al contenido de valor que reclama el cliente
	UNIDAD DIDÁCTICA 2: ATRACCIÓN EN EL INBOUND MARKETING	• Contenidos, Storytelling, SEO • Blog, • Redes sociales	• Integrar y reelaborar contenido digital vinculado a la atracción, • Seleccionar, perfeccionar y mejorar e integrar contenidos, datos e información para crear otros originales y con valor añadido • Evaluar, gestionar datos y contenidos digitales reformulando nuevas acciones	• Diseñar contenido atractivo y que solvente problemas y necesidades de los clientes. • Escuchar a clientes, y hacer seguimiento de su comportamiento • Aplicar herramientas concretas para mejorar el rendimiento de las acciones de promoción, comunicación y difusión.

MODULO 4 UNIDADES	CONTENIDO	COMPETENCIAS	RESULTADOS
INNOVACIÓN EMPRESARIAL. DISEÑO Y ELABORACIÓN DE LA OFERTA DISEÑO DE PROMOCIONES 3 HORAS	• Aproximación al establecimiento de la oferta • Los elementos de la oferta • Diseño de promociones	• Utilizar los conocimientos y experiencia para contribuir a la práctica y el saber profesional de la innovación y mejorar la oferta, • Identificar las experiencias que generan valor añadido al producto o servicio que ofrece la empresa, • Analizar, valorar y decidir los elementos clave del entorno que generan diferenciación, autenticidad y creatividad al servicio/producto/empresa, • Identificar técnicas/herramientas especializadas, conocer su utilidad y saber seleccionar (filtrar), • Conocer experiencias reales en promociones creativas	• Diseñar, crear e implantar ofertas innovadoras, basadas en la experiencia (autenticidad), • Identificar elementos clave para configurar la oferta atractiva, • Analizar las promociones más idóneas para incorporar a los productos/servicios existentes en la empresa,

CALENDARIO PROPUESTO

CALENDARIO FORMACIÓN EMPRESAS Y EMPRENDEDORAS

NOVIEMBRE																													
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
		fg		fg			fg		fg		fg			tg1	tg3			tgc												
														tg2	tg4															

fg	F. grupal Semana1
fg	F. grupal Semana2
tg1	Tutoría grupo1
tg2	Tutoría grupo2
tg3	Tutoría grupo3
tg4	Tutoría grupo4
tgc	Tutoría grupal cierre

ENI CBCMED Cooperating across borders in the Mediterranean

Project funded by the EUROPEAN UNION

REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

INTERNISA