## ANEXO I. LOTES

**PAUTAS QUE REGIRÁN LA LICITACIÓN PARA LOS SERVICIOS DOCENTES EXTERNOS PARA LA IMPARTICIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS**

|  |
| --- |
| **LOTE Nº1: ADOBE PARA DISEÑO GRÁFICO Y VISUAL EN REDES SOCIALES** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: ADOBE PHOTOSHOP PARA REDES SOCIALES Y RETOQUE BÁSICO** |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Introducción a los conceptos básicos de Photoshop
	+ Introducción al diseño en mapa de bits (diferencia con respecto al diseño vectorial)
	+ Interfaz del programa y espacio de trabajo
	+ Desplazarse por Photoshop: Zoom, desplazamiento, navegación
* **Módulo 2.-** Herramientas básicas
	+ Edición y transformación
	+ Espacios de color: RGB y CMYK; tintas planas.
	+ Ajustes básicos de color
	+ Sombras, luces y semitonos: ajustes de niveles (contraste y detalle)
	+ Selección básica
* **Módulo 3.-** Herramientas avanzadas
	+ Selección avanzada: máscaras de capa
	+ Retoque y restauración de imágenes: tampón, parche...
	+ Capas: composición y montaje con capas
	+ Modos de fusión y opacidad
	+ Exportación: formatos de imagen y vídeo
	+ Grupos de capas
	+ Máscaras
	+ Texto: creación y edición
	+ Efectos y estilos de capa
	+ Formas basadas en vectores
	+ Historia y acciones avanzadas
* **Módulo 4.-** Ejercicios Prácticos y proyecto final
	+ Selección y limpieza de imágenes
	+ Arreglo, ajuste y retoque de imágenes
	+ Fotocomposición
	+ Diseño de banner estático
	+ Diseño de gif para redes sociales
	+ Preparación del examen Adobe Certified Professional in Visual Design using Adobe Photoshop
 |
| **Duración de la edición:** | 30 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: ADOBE ILLUSTRATOR PARA REDES SOCIALES** |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Introducción
	+ Interfaz y espacio de trabajo
	+ Herramientas y operaciones básicas
	+ Mover, alinear y distribuir objetos
	+ Guías
* **Módulo 2.-** Trazados I: Operaciones básicas
	+ Panel de apariencia
	+ Tipos de nodo
	+ Pluma, lápiz y pincel
	+ Borrador, tijeras y cuchillo
* **Módulo 3.-** Trazados II: Operaciones avanzadas
	+ Contorneo de trazados
	+ Simplificación de trazados
	+ Paleta buscatrazos
	+ Paleta modos de forma
* **Módulo 4.-** Herramientas de Color
	+ Conceptos básicos
	+ Colores en Illustrator
	+ Color activo
	+ Adobe color: el futuro
	+ Relaciones cromáticas
	+ Armonías de color
* **Módulo 5.-** El texto en Illustrator: Textos en trazados
* **Módulo 6.-** Selecciones en Illustrator
* **Módulo 7.-** Máscaras
	+ Máscaras de capa
	+ Máscaras de opacidad
* **Módulo 8.-** Trabajar con capas
* **Módulo 9.-** Pintura interactiva: Creación de grupos de pintura interactiva
* **Módulo 10.-** Trabajar con mallas y envolventes
* **Módulo 11.-** Gráficas: diferentes posibilidades en Illustrator
* **Módulo 12.-** Filtros y efectos. 3D, símbolos
* **Módulo 13.-** Principales formatos y formas de exportación
* **Módulo 14.-** Ejercicios Prácticos y proyecto final
	+ Prácticas: Utilizando la pluma
	+ Prácticas: Diseño de banners y adaptaciones para redes sociales
	+ Preparación del examen Adobe Certified Professional in Graphic Design and Illustration using Adobe Illustrator
 |
| **Duración de la edición:** | 30 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia****docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
|  | Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum delprofesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 3: ADOBE INDESIGN PARA DISEÑO DE PRESENTACIONES Y PUBLICIDAD** |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Introducción al diseño editorial y extraeditorial
	+ Diseño editorial y extraeditorial
	+ Interfaz y herramientas básicas
	+ Navegación interna del documento
	+ Visualización de archivos
	+ Espacios de trabajo
	+ Atajos de teclado principales
* **Módulo 2.-** Diseño Editorial I
	+ Conceptos básicos del diseño editorial: Pliegos, páginas simples, etc
	+ Retícula básica: Márgenes, colum nas, guías y módulos
	+ Marcos de texto: Configuración
	+ Gestión de texto en InDesign: Pane les, menús y herramientas
	+ Formato y estilos básicos
	+ Herramientas de color: Muestras, degradados y Adobe Color
	+ Panel páginas & páginas maestras
	+ Tablas básicas en InDesign
	+ Pdf interactivo básico
* **Módulo 3.-** Diseño Editorial II
	+ Importación y gestión de vínculos
* Estilos de objeto
* Trazados en InDesign: Pluma y buscatrazos
* Efectos en InDesign
* Formatos de exportación
* Empaquetado: Preparando el archivo para que otra persona pueda trabajar con el mismo (preimpresión)
* Tipos de publicaciones (ejemplos)
* **Módulo 4.-** Prácticas
	+ Retícula básica
	+ Estilos de párrafo y estilos de carácter
	+ Diseño de una presentación
	+ Preparación del examen Adobe Certified Professional in Print and Digital Media Publication using Adobe InDesign
 |
|  **Duración de la edición:** | 30 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia****docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **LOTE Nº2: COMUNICACIÓN Y CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y AUDIOVISUALES** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y AUDIOVISUALES PARA EMPRESAS** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Fuentes de Información: Recursos y herramientas
* Recursos de carácter general. Bibliotecas de recursos y materiales en la red
* Captura y gestión de información: Evernote, Dropbox, Google Drive, Symbaloo EDU, Wetransfer.
* Google Classroom
* Licencias de uso de los materiales y derechos de autor
* Preparar presentación en PDF
* **Módulo 2.-** Crear Scorm con Exe Learning
* ¿Qué es eXeLearning?
* Índice
* Instalación de eXeLearning
* Entorno de trabajo
* Editor de texto
* iDevices
* Importar/exportar elps
* Exportación y Publicación en Moodle
* **Módulo 3.-** Grabación de un vídeo
	+ Consejos para conseguir un vídeo efectivo - Mejores prácticas
	+ Cómo grabar un video con herramientas gratuitas
	+ Opciones para obtener un audio de calidad
	+ Cómo realizar pequeñas ediciones en tus videos
	+ Cómo compartir un video
	+ Cómo insertar un video grabado en la plataforma Moodle o YouTube y otras plataformas
	+ Cómo grabar un vídeo de YouTube si su licencia lo permite
* **Módulo 4.-** Trabajar con Captivate I
	+ Introducción a Captivate
	+ Crear proyectos
	+ Añadir y gestionar objetos
	+ Diapositivas
	+ Cronología y cuadrículas
	+ Crear pruebas
	+ Audio
	+ Vídeo
* **Módulo 5.-** Trabajar con Captivate II
	+ Objetos interactivos
	+ Interacciones
	+ Objetos no interactivos
	+ Edición avanzada y revisiones de proyectos
	+ Variables y acciones avanzadas
	+ Grabar proyectos
	+ Publicar proyectos
	+ Utilizar Adobe Captivate con moodle
* **Módulo 6.-** Crear vídeos con Captivate
* Crear vídeos interactivos
* Grabación automática y manual con Captivate
* Definir preferencias de grabación en Adobe Captivate
* Grabar demostraciones de vídeo con Adobe Captivate
* Cómo grabar simulaciones de software en Adobe Captivate
* Cómo pausar la grabación
* **Módulo 7.-** Conceptos básicos de edición de vídeo
* La línea de tiempo
* El lienzo
* Recortar medios
* Anotaciones
* Formas y desenfoque
* Rótulo animado
* Aplicar un tema a una anotación
* **Módulo 8.-** Audio en Camtasia
* Editar clips de audio
* Ajustar el volumen de un clip de vídeo
* Puntos de audio
* Separar audio y vídeo
* Efectos de audio
* Cómo añadir música a tu proyecto
* Ambientando tu producción con efectos de sonido con licencia gratuita (animales, viento, silbido, ruidos ambientales, etc)
* **Módulo 9.-** Retocando tu historia con efectos
* Hacer zoom en tu vídeo
* Personalizar el zoom
* Acelerando o ralentizando un clip de vídeo - Aplicaciones prácticas
* Añadiendo animaciones y efectos visuales para focalizar la atención del alumno en ciertas partes del vídeo
* Usar transiciones para conectar los diferentes tomas del proyecto
* Cambiando el fondo de un vídeo
* Aplicar barrido en tu vídeo
* **Módulo 10.-** Mejorando tu historia
* Aprovechando vídeos y recursos de terceros sin infringir derechos de propiedad intelectual
* Qué son las licencias de Creative Commons y cómo usarlas de forma correcta en tus vídeos
* Sitios web con recursos gratuitos para tus vídeos
* Importando vídeos y fotos capturadas con el móvil
* **Módulo 11.-** Compartiendo tu historia
	+ Exportando un archivo de vídeo - Parámetros y configuración para que se vea perfecto
	+ Subiendo tu vídeo a un canal de YouTube
	+ Ventajas de Vimeo como alternativa a YouTube
	+ Opciones para subtitular tus vídeos de forma manual y automática
	+ Opciones para proteger tus vídeos para que sólo tus estudiantes puedes verlos
	+ Configuración del Canva para adaptarse a los requisitos de las plataformas más conocidas (YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, Twitter, Twitch, etc)
 |
| **Duración de la edición:** | 100 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: COMUNICACIÓN: PITCHING, COPYWRITING, PODCAST Y VÍDEO PARA EMPRESAS** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.**- Pitching
	+ Qué es un pitching. Tipos de pitching
	+ Para qué sirve un pitching. Mercados, networking, financiación
	+ Prepara tu pitching
	+ Idea. Estructura. Guion. Propuesta escénica
	+ Ensayos. Locución. Iluminación. Medios
	+ Graba tu pitching
	+ Edición de tu pitching
	+ Promociona tu pitching
	+ Proyecto final: Elaboración de un pitching
* **Módulo 2.**-Copywriting: Hablemos de Copywriting. Copywriting aplicado a la venta y difusión del producto o servicio. Técnicas de redacción y narración de textos eficientes.
* **Módulo 3.**- Concepto y principios del podcast
	+ ¿Qué es un podcast? ¿Para qué sirve? Usos y utilidades del podcast
	+ Tipos de podcast.
	+ Principios básicos
	+ Casos de éxito. Ejemplos y referentes en castellano. ¿Quiénes son nuestros oyentes?
	+ Ventajas e inconvenientes. Claves para diseñar una actividad de podcasting
* Posibilidades docentes del podcast. Especial referencia a los podcast educativos
* **Módulo 4.**- Creación de un podcast
	+ La idea inicial. Objetivos del podcast. Por qué lo hacemos: Márcate tus objetivos
	+ Fases en la producción de un podcast
	+ Preproducción: El Formato. Estructura, guion, tema, contenidos y escaleta. Título, imagen, duración, periodicidad.
	+ Producción: Ensayo y grabación. Recursos sonoros: La música y los efectos. Software de grabación: Instalación y uso.
	+ Posproducción: Edición, publicación y difusión online. Software de edición: Instalación y uso.
	+ Proyecto final: Creación de un podcast
* **Módulo 5.**- La importancia de la locución en el podcast
	+ Ejercicios de respiración
	+ La dicción
	+ Vocalización
	+ Expresión oral. ¿Qué queremos contar?
* **Módulo 6.**- Proceso de producción de contenidos sonoros
	+ Crear contenidos sonoros adecuados y eficaces. Acústica y calidad de audio
	+ Grabar con calidad
	+ Grabación en solitario o con invitados
	+ El micrófono y equipamiento técnico. Herramientas básicas para crear tu podcast
* **Módulo 7.**- Utilización del software gratuito. Audacity
	+ Primeros pasos para conocer el software
	+ Grabación
	+ Edición de audio
	+ Ejercicios prácticos
* **Módulo 8.**- Cómo conseguir un podcast de calidad. El resultado final. Pulir errores
* **Módulo 9.**- Plataformas más adecuadas para alojar tu podcast
	+ El podcast en tu web como seña de identidad
	+ Otras plataformas de hospedaje. Soundcloud y Spreaker.com
	+ Publicar el contenido en Ivoox
	+ Plataformas de podcast externas (según especialidad profesional)
	+ La creación de tu propio audioblog para alojar tu podcast
	+ Ejercicios prácticos. ¡Sube tu podcast!
* **Módulo 10.**- Estrategias de difusión en redes sociales
	+ Programar la fecha de publicación del podcast
	+ Alternativas de hosting
	+ Aumentar la audiencia del podcast mediante tu feed RSS
	+ Publicar en Facebook, Twitter y Google +
	+ Evalúa el impacto de tu podcast
* Ejercicios prácticos
* **Módulo 11.**- Monetizar tu podcast
	+ Alternativas según el nicho de mercado
	+ Modelo afiliados/ socios
	+ Modelo pay per ear
	+ Ofrecer cursos/ ofrecer servicios
* **Módulo 12.**- Realización de vídeos de empresa, demostrativos y educativos
	+ La idea inicial. Objetivos del vídeo. Por qué lo hacemos: Márcate tus objetivos
	+ Fases en la producción de un vídeo
	+ Preproducción: Guion. Recursos necesarios. Cámaras y captación del sonido. Iluminación y entorno. Elección de la plataforma de difusión
	+ Producción del vídeo: Ensayo y grabación. Software de grabación: Instalación y uso.
	+ Postproducción: Edición del vídeo. Edición del audio. Software de edición: Instalación y uso. Inserción de otros elementos y recursos (Otros vídeos, presentaciones, audios, test, encuestas y otros recursos para interactuar). Preparación para exportación a plataformas. Difusión del vídeo
	+ Especial referencia a los vídeos docentes: Qué es un vídeo docente. Usos del vídeo en educación. Tipología de los vídeos educativos. Fases en la producción de un vídeo educativo
	+ Crea tu propio vídeo
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que podcumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO:** |  |
| **MATERIALES PARA LA DIFUSIÓN:** | La entidad adjudicataria deberá entregar al CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, al inicio de la contratación de los servicios, los siguientes materiales para la difusión y publicidad:1. Imágenes para difusión en web y redes sociales:
	1. Imagen para banner web, en formato tipo .jpg, .png, de 3950x1513 píxeles, con alta resolución.
	2. Imagen para destacado en la web, en formato tipo .jpg, .png, de 400x400 píxeles, con alta resolución.
2. Presentación de cada acción formativa, en formato vídeo con una duración máxima de 5 minutos, donde se expongan los objetivos y contenidos que se abordan cada una de ellas.

La Cámara de Comercio de Málaga validará estos materiales y facilitará al inicio del contrato las indicaciones correspondientes en cuanto a la identidad corporativa y especificaciones técnicas para estos materiales. |
| **LOTE Nº 3: PROGRAMACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: DISEÑO WEB UX PARA EMPRESAS** |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Introducción
* **Módulo 2.-** Fundaciones UX
* **Módulo 3.-** Empatizar y definir
* **Módulo 4.-** Ideado y prototipo
* **Módulo 5.-** Pruebas e implementación
* **Módulo 6.-** Proyecto final
 |
| **Duración de la edición:** | 60 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 15 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 60 horas. |
| **TOTAL DE PARTICIPANTES (MÁXIMO):** | 15 |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia****docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: SISTEMAS DE GESTION EMPRESARIAL CON NAVISION** |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Introducción a los SGE y Navision365
* **Módulo 2.-** Los ERP y los CRM
* **Módulo 3.-** Requerimientos e instalación de Navision
* **Módulo 4.-** Administración y configuración de los sistemas ERP-CRM **Módulo 5.-** Las Bases de Datos en Navision
* **Módulo 6.-**. Gestión de la compra-venta y almacén
* **Módulo 7.-** Gestión de la contabilidad y RR.HH.
* **Módulo 8.-** Gestión de las relaciones con los clientes
 |
| **Duración de la edición:** | 60 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia****docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 3: PROGRAMACION DE DISPOSITIVOS MÓVILES CON ANDROID** |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Perspectiva actual del desarrollo de aplicaciones móviles
* **Módulo 2.-** Desarrollo Básico de aplicaciones Android
* **Módulo 3.-** Introducción a Kotlin
* **Módulo 4.-** Desarrollo Intermedio de aplicaciones Android
* **Módulo 5.-** Almacenamiento y Bases de datos
* **Módulo 6.-** Gestión Multimedia
* **Módulo 7.-** Introducción al desarrollo de juegos
 |
| **Duración de la edición:** | 60 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 60 horas. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia****docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando quecumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO:** |  |
| **MATERIALES PARA LA DIFUSIÓN:** | La entidad adjudicataria deberá entregar al CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, al inicio de la contratación de los servicios, los siguientes materiales para la difusión y publicidad:1. Imágenes para difusión en web y redes sociales:
	1. Imagen para banner web, en formato tipo .jpg, .png, de 3950x1513 píxeles, con alta resolución.
	2. Imagen para destacado en la web, en formato tipo .jpg, .png, de 400x400 píxeles, con alta resolución.
2. Presentación de cada acción formativa, en formato vídeo con una duración máxima de 5 minutos, donde se expongan los objetivos y contenidos que se abordan cada una de ellas.

La Cámara de Comercio de Málaga validará estos materiales y facilitará al inicio del contrato las indicaciones correspondientes en cuanto a la identidad corporativa y especificaciones técnicas para estos materiales. |
| **LOTE Nº 4: FOTOGRAFÍA Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: INICIACIÓN A LA FOTOGRAFÍA**  |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Toma fotográfica con cámara digital y smartphone
	+ Conceptos básicos de la toma fotográfica. El equipo de trabajo.
	+ La velocidad de obturación, el diafragma, la sensibilidad ISO. La luz y su medición. El exposímetro. Práctica en exteriores. Subexposición y sobreexposición. Control del movimiento.
	+ Tipos de objetivo, distancia focal y luminosidad. El enfoque manual y automático. Tipos de enfoque automático. El soporte fotosensible: la película y el sensor digital. Formatos. Tamaño y calidad de imagen. Práctica en exteriores. Pun- tos de enfoque y modos de autoenfoque. Distorsiones de lente.
	+ Tipos de fotometría. Profundidad de campo. Revisión y repaso. Práctica de modos de medición y profundidad de campo.
	+ Los filtros y el balance de blancos. Balance de blancos y su ajuste. Estilos de foto. Clases, efectos y usos de los filtros. Práctica en interior y exterior.
	+ El flash. El número guía. Los modos (Manual y TTL). El flash de relleno. Modificar la intensidad y la calidad de la luz del flash. Práctica con flash en interior y exterior.
	+ Fotografía con Smartphone. Control de la exposición. El uso del angular y el teleobjetivo. Filtros y accesorios. El balance de blancos. La importancia de la luz y el color en la estética de nuestras imágenes.
	+ Mejorar la nitidez. Aplicaciones: VSCO y Snapseed. Retoque de imágenes con aplicaciones.
* **Módulo 2.-** Fotografía de viajes, turismo y experiencial
	+ La fotografía de viajes. Opciones narrativas y estéticas.
	+ La narrativa fotográfica. Edición y secuenciación.
	+ Revisión de prácticas individuales de alumnos.
 |
| **Duración de la edición:** | 30 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum delprofesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA: ESPECIALIZACIÓN EN FOTOGRAFÍA** |
| **Modalidad:** | Presencial |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Fotografía e-commerce
	+ Introducción. Equipo fotográfico básico. Iluminación: Tipos de flash y luz continua, modificadores. Repaso comportamiento básico de la luz. Referencias y características generales de fotografía e-commerce.
	+ Trabajando textil. Ejemplos y tendencias generales del e-commerce textil. Práctica de una sesión e-commerce textil.
	+ Trabajando con objetos. Principales tipos de materiales. Práctica con fondo plano, fondo limbo.
	+ Postproducción con photoshop. Exportación de fichero según tamaño y resolución.
* **Módulo 2.-** Fotografía gastronómica
	+ Presentación. Introducción a la fotografía gastronómica. Composición, encuadre y los ángulos más utilizados en la fotografía culinaria. Iluminación y desarrollo práctico.
	+ Revelado y RAW proceso de edición con Photoshop. Práctica del proceso.
	+ Revisión de prácticas individuales de alumnos y resolución de dudas.
* **Módulo 3.-**  Fotografía inmobiliaria
	+ Conceptos generales de la fotografía inmobiliaria y de interiores. Visualización de ejemplos. Claves de iluminación y composición. El equipo fotográfico. Desarrollo práctico.
	+ Revelado RAW y retoque fotográfico con Photoshop para fotografía inmobiliaria.
	+ Revisión de prácticas individuales de alumnos y resolución de dudas.
 |
| **Duración de la edición:** | 30 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO:** |  |
| **MATERIALES PARA LA DIFUSIÓN:** | La entidad adjudicataria deberá entregar al CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, al inicio de la contratación de los servicios, los siguientes materiales para la difusión y publicidad:1. Imágenes para difusión en web y redes sociales:
	1. Imagen para banner web, en formato tipo .jpg, .png, de 3950x1513 píxeles, con alta resolución.
	2. Imagen para destacado en la web, en formato tipo .jpg, .png, de 400x400 píxeles, con alta resolución.
2. Presentación de cada acción formativa, en formato vídeo con una duración máxima de 5 minutos, donde se expongan los objetivos y contenidos que se abordan cada una de ellas.

La Cámara de Comercio de Málaga validará estos materiales y facilitará al inicio del contrato lasindicaciones correspondientes en cuanto a la identidad corporativa y especificaciones técnicas para estos materiales. |
| **LOTE Nº 5: ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:**  |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: ECONOMÍA CIRCULAR, ECODISEÑO, CICLO DE VIDA Y RESIDUO CERO PARA EMPRESAS** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Principios y Fundamentos de la Economía Circular
* **Módulo 2.-** Implicación de las empresas y los consumidores en la Economía Circular
* **Módulo 3.-** Ecodiseño de productos y servicios
* **Módulo 4.-** Análisis de Ciclo de Vida
* **Módulo 5.-** Residuo cero
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: GESTIÓN DE RESIDUOS DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Introducción al mundo de los RAEEs
* Concepto y problemática.
* Situación en la gestión de RAEEs en el ámbito nacional y europeo.
* Normativa de aplicación.
* Figuras involucradas en la gestión de RAEEs – Obligaciones y deberes.
* **Módulo 2.-** Recogida, almacenamiento y traslado de RAEEs
* Condiciones de almacenamiento de RAEEs.
* Traslados nacionales e internacionales.
* **Módulo 3.-** Tratamiento de RAEEs
* Requisitos técnicos para el tratamiento de RAEEs.
* Tipos de tratamientos.
* Cumplimiento de objetivos de valorización.
* **Módulo 4.-** Obligaciones documentales en la gestión de RAEEs
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum delprofesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO:** |  |
| **MATERIALES PARA LA DIFUSIÓN:** | La entidad adjudicataria deberá entregar al CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, al inicio de la contratación de los servicios, los siguientes materiales para la difusión y publicidad:1. Imágenes para difusión en web y redes sociales:
	1. Imagen para banner web, en formato tipo .jpg, .png, de 3950x1513 píxeles, con alta resolución.
	2. Imagen para destacado en la web, en formato tipo .jpg, .png, de 400x400 píxeles, con alta resolución.
2. Presentación de cada acción formativa, en formato vídeo con una

duración máxima de 5 minutos, donde se expongan los objetivos y contenidos que se abordan cada una de ellas.La Cámara de Comercio de Málaga validará estos materiales y facilitará al inicio del contrato las indicaciones correspondientes en cuanto a la identidad corporativa y especificaciones técnicas para estos materiales. |
| **LOTE Nº 6: GESTIÓN DE COMPRAS, ALMANCES Y RECURSOS HUMANOS** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:**  |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: GESTIÓN DE COMPRAS Y ALMACENES PARA EMPRESAS** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.- G**estión de compras
* Introducción
* Los procesos de Compras
* La Negociación en Compras
* Compras Internacionales: aspectos legales
* Gestión de stocks
* La planificación, el presupuesto de compras y los key performance indicators (KPI) en la gestión de compras
* E-Procurement
* **Módulo 2.-** Gestión de Almacenes
	+ - Gestión de Almacenes: Introducción. Tipos de almacenes. Localización del almacén
		- Procesos Operativos: Procesos operativos. Elementos de manutención
		- Tecnología e innovación: Sistemas de Información. Introducción a la Radiofrecuencia. Automatización de Procesos
		- Gestión de almacenes con Operadores Logísticos: Los Operadores Logísticos. Fases del Proceso de Outsourcing. Glosario de términos logísticos
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando quecumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: PRÁCTICAS DE PEOPLE ANALYTICS (BIG DATA APLICADO A RR. HH.) PARA EMPRESAS** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Introducción a People Analytics. Fundamentos. Concepto. Del business intelligence al Business Analytics; áreas de actuación; RGPD
* **Módulo 2.-** Fuentes de datos. La cadena de valor del dato. Clasificación según fuente de procedencia y según tipología del dato. Ejemplos de aplicación.
* **Módulo 3.-** Diseño de estrategias, perfiles profesionales y desarrollo como experto
* **Módulo 4.-** Implantación y seguimiento. Objetivos y métricas
* **Módulo 5.-** Diseñando la investigación para un modelo de People Analytics. Tipología de análisis y su aplicación a los RR. HH. Análisis descriptivo, predictivo y prescriptivo. Fases de un proyecto de People Analytics. Los procesos de data cleaning. Modelos de efecto, de resultados y de impacto
* **Módulo 6.-** Introducción a la analítica de datos para la gestión de personas. Nuevas necesidades de People Analytics. Herramientas de People Analytics. Comparativa.- Ejemplos de uso
* **Módulo 7.-** Balanced score card. Conocer el BSC y su aplicación práctica en RR.HH. Construir un BSC de RR. HH. alineado con la estrategia de la compañía. Utilizar el BSC de RR. HH. como herramienta de comunicación y aportación de valor a la dirección general
* **Módulo 8.-** Nociones de estadística aplicadas a People Analytics. Análisis descriptivo, predictivo y prescriptivo. Analítica básica. Analítica avanzada. Modelos predictivos
* **Módulo 9.-** Cómo construir un cuadro de mando en People Analytics. ¿Qué ha pasado? -Descubrir. ¿Por qué ha pasado? - Analizar, relacionar, inferir. ¿Qué puede pasar? - Aplicaciones en el ámbito de la selección. Caso práctico
* **Módulo 10.-** Aplicaciones en el ámbito de gestión de talento. Trabajando con Excel
* **Módulo 11.-** KNIME. Knime como herramienta de análisis de datos. Primeros pasos con Knime. Flujo de procesos analíticos. Nodos analíticos. Manipulación de datos con Knime. Análisis de datos y visualización
* **Módulo 12.-** R. Introducción al lenguaje de programación R. Visualización de datos con R. Introducción al análisis de datos con R. Introducción a las series temporales con R. - Resolución de casos prácticos con R-
* **Módulo 13.-** Introducción a visualización de datos. Ecosistema de aplicaciones más utilizadas en visualización de datos y justificación de elegir Tableau. Bases teóricas que subyacen en una buena visualización y su aplicación en forma de best practices antes de tomar contacto por primera vez con el interfaz público de Tableau. Conocer sus particularidades y descubrir el valor que aporta su comunidad.
* **Módulo 14.-** Tableau I. Prácticas intensivas en el uso de Tableau. Utilización datasets públicos con información típica de un departamento de RR. HH. Resolución de múltiples ejercicios prácticos que permitirán experimentar la potencia de esta aplicación mediante la realización de informes, dashboards interactivos e historias
* **Módulo 15.-** Tableau II. Continuación de las prácticas intensivas en el uso de Tableau.
* **Módulo 16.-** Power BI. Conexión a datos. Preparación de datos (Power Querry).Modelado de datos.Visualización de datos. Creación de dashboards
* **Módulo 17.-** Aplicación práctica en la empresa
* **Módulo 18.-** Casos de éxito de People Analytics en la empresa
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum delprofesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO:** |  |
| **MATERIALES PARA LA DIFUSIÓN:** | La entidad adjudicataria deberá entregar al CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, al inicio de la contratación de los servicios, los siguientes materiales para la difusión y publicidad:1. Imágenes para difusión en web y redes sociales:
	1. Imagen para banner web, en formato tipo .jpg, .png, de 3950x1513 píxeles, con alta resolución.
	2. Imagen para destacado en la web, en formato tipo .jpg, .png, de 400x400 píxeles, con alta resolución.
2. Presentación de cada acción formativa, en formato vídeo con una

duración máxima de 5 minutos, donde se expongan los objetivos y contenidos que se abordan cada una de ellas.La Cámara de Comercio de Málaga validará estos materiales y facilitará al inicio del contrato las indicaciones correspondientes en cuanto a la identidad corporativa y especificaciones técnicas para estos materiales. |

|  |
| --- |
| **LOTE Nº 7: DISEÑO GRÁFICO, GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y ANALÍTICA WEB** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:**  |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: ELEMENTOS ANIMADOS PARA BANNER, REDES SOCIALES Y STORYS EN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA EMPRESAS** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Del cartel impreso al cartel animado
* **Módulo 2.-** Tipos de elementos publicitarios animados en la industria actual y futura:
* Digital Boards
* VideoWalls
* VideoMupis
* Banners
* Pantallas Gigantes
* Adaptaciones a redes sociales, Storys
* **Módulo 3.-** Primeros pasos con la animación de elementos Jitter.
* Interfaz
* Inserción de Imágenes
* Contraste, ritmo visual composición
* Imagen vs Texto
* Ritmo temporal, contar una historia con elementos visuales
* **Módulo 4.-** Creación de elementos a partir de recursos vectoriales con Figma
	+ Composición de un banner estático
	+ Distribución de elementos: jerarquización, colores, textos
	+ Preparación para multiformato. Un diseño para diferentes tipso de pantalla.
	+ Animando el Banner
	+ Prototipando un pequeño banner interactivo
* **Módulo 5.-** Creación de banners avanzado con Google Web Designer
	+ Introducción a Google y sus herramientas de marketing
	+ ¿Qué es Google Bussines?
	+ ¿Qué es Google Ads?
	+ Cómo preparar un banner para Google Ads
	+ Diseño de un banners básico
	+ Inserción de video o interactivos básicos
* **Módulo 6.-** Creando mi Story Animado. Diseño de un story publictario con figma y Jitter
* **Módulo 7.-** Otras herramientas de animación para crear banners y cartelería animada: Canva. Artstudio
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 35 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 50 horas. |
| **TOTAL DE PARTICIPANTES (MÁXIMO):** | 35 |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: FILTROS EN INSTAGRAM Y AR (REALIDAD AUMENTADA)** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Qué es la Realidad Aumentada
* **Módulo 2.-** Diferencias entre AR y VR
* **Módulo 3.-** Primeros pasos con Spark AR
* **Módulo 4.-** Funcionamiento general de Spark AR
* **Módulo 5.-** Guardado y Exportación del paquete
* **Módulo 6.-** Testeo en emulador
* **Módulo 7.-** Testeo desde tu móvil
* **Módulo 8.-** Mi primer filtro 2D: Inserción bigote, barba y gorro
* **Módulo 9.-** Mi primer filtros interactivos. Filtro Interactivo 1: Cambiar entre diferentes gafas 2D. Filtro Interactivo 2: ¿Qué personaje eres? (creación de filtro con selección aleatorio)
* **Módulo 10.-** Mi primer filtro de face-painting o maquillaje virtual: Trabajo con herramientas de dibujo digital para pintura de cara
* **Módulo 11.-** Mi primer filtro 3D. Cómo funciona el espacio 3D en Spark Ar. Inserción de un modelo 3D. Selección de Materiales 3D
* **Módulo 12.-** Filtros de efectos de color y transformación de la imagen
* **Módulo 13.-** Filtro de Realidad Aumentada: Inserción de un mueble en un espacio real
* **Módulo 14.-** Interactivos Avanzados
* **Módulo 15.-** Publicación en Facebook e Instagram
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 35 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 50 horas. |
| **TOTAL DE PARTICIPANTES (MÁXIMO):** | 35 |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum delprofesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 3: EXPERTO EN GESTIÓN DE REDES SOCIALES, SEO-SEM Y ANALÍTICA WEB** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** El Plan de Social Media On Line:
* Desarrollo de un Plan de Social Media On Line
* Usos de Facebook, Twitter, Youtube, Instagram y LinkedIn en la empresa
* Posicionamiento en motores de búsqueda: SEO
* Marketing en motores de búsqueda: Google Adwords, Adsense, Publicidad en móviles
* Blogs como herramienta de Marketing de contenidos. Wordpress. Tumblr
* E-mail marketing
* Hootsuite, preparación del examen de Certificación.
* **Módulo 2.-** Display marketing:
* Ecosistema del display marketing
* Adserving: lanzamiento y monitorización de campañas Formatos de publicidad display
* Modelos de comercialización de la publicidad display
* Planificación de medios
* Compra programática
* Gestión del dato y display marketing
* **Módulo 3.-** SEO: Posicionamiento orgánico en buscadores
* Qué es posicionamiento de búsqueda SEO en Google, Bing, Yahoo! y Baidu
* Vocabulario y definiciones básicas (impresiones, clics, conversiones, posición media, efectividad de KW, CTR o ROI) Metatags y factores ranking (title, description, keyword, robots, canonical, authorship, language o encabezados H1 - H6) Optimización de imágenes y posicionamiento
* Estrategias de linkbuilding o content marketing. Marcado de datos y fragmentos enriquecidos
* Redirecciones 301 y dominios favoritos
* Archivos Robots.txt y Sitemap.xml
* Estrategia de SEO local y SEO internacional: configuración e indexación
* Blog y guest blogging
* Investigación de palabras clave: tipos de keyword y medición de la efectividad; tipos de búsqueda y selección de keyword según objetivo
* AMP (accelerated mobile pages)
* Metaetiquetas sociales: Facebook: Open Graph y Twitter Cards Estrategias de posicionamiento en Youtube y Amazon
* App store optimization (ASO) para Google Play y App Store Reviews, opiniones y foros
* Herramientas: Google Trends, Screaming Frog, Search Console,
* Google Analytics, Google Ads y Moz Bar Voice Search y Google Home
* **Módulo 4.-** SEM: Posicionamiento de pago en buscadores:
* El SEM dentro de nuestra estrategia digital de comunicación Qué es SEM y plataformas principales: Google Adwords, Bing Ads, Yandex, Baidu, Yahoo
* SEM dentro el mercado publicitario
* Conceptos básicos (sistema de pujas, CPC, nivel de calidad, CTR, conversión, etc.)
* Planificación y creación de una campaña SEM
* Definición de objetivos
* Identificar al público
* Selección de palabras clave, mensajes y landing pages Definición de estructura y presupuestos
* Lanzamiento de una campaña y selección de configuración de campaña
* Cómo hacer que nuestra campaña sea un éxito y no una frustración
* Medición. Introducción a píxeles de conversión e integración con herramientas como Google Analytics
* Técnicas de optimización
* Más allá del Paid Search: Red de Display Imagen, vídeo y otros formatos
* Usos dentro de nuestra estrategia
* **Módulo 5.-** Universal Analytics /Google Analytics:
* Iniciación a la medición digital y al Plan de Medición Digital
* Fundamentos de analítica
* Qué es Data Collection: Estrategia de etiquetado y de cómo se recopilan y almacenan datos necesarios para la Medición Digital. Gestores de etiquetas y Tag Manager del mercado (GTM). La recopilación de datos: Tag Managers. Etiquetados de campañas: tracking codes
* Recopilación y análisis de datos a partir de Google Analytics
* Análisis de datos: DMP, CDP y Data Mobile
* Personalización y testing CRO: Testing Google Optimize y Adobe Target
* Google Analytics, preparación del examen de Certificación.
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 35 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 50 horas. |
| **TOTAL DE PARTICIPANTES (MÁXIMO):** | 35 |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **LOTE Nº 8: DISEÑO GRÁFICO, GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y ANALÍTICA WEB** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:**  |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: DISEÑO GRÁFICO DE MATERIALES Y PRESENTACIONES CON CANVA, GOOGLE SLIDES Y TRATAMIENTO DE DOCUMENTOS PDF** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** El trabajo con Canva
* Qué es Canva
* Conoce la plataforma
* Crea y comparte imágenes para redes sociales
* Vídeos y animaciones con Canva
* Otros materiales creativos: presentaciones, carteles, tarjetas, etc…
* Proyectos colaborativos en Canva
* Infografías y gráficas
* **Módulo 2.-** Presentaciones eficaces
* Las presentaciones
* Tipos y principales características
* Trabaja con plantillas en línea: Canva y Google Slides
* Personaliza y modifica las plantillas
* Proyecto final: Haz tu presentación interactiva
* **Módulo 3.-** El trabajo con Infografías
* Qué es una infografía y para qué se usa
* Elementos básicos de una infografía
* Diseño de una infografía: Pautas
* Ejemplos de infografías para material didáctico y publicitario
* Trabajo con plantillas: Crea una infografía a partir de una plantilla
* Personalización y transformación de un infografía con iconos, fotos y otros elementos gráficos gratuitos
* Herramientas y plataformas de creación de infografías: Ilustrator, Inscape, Canva y otros
* Edición de imágenes: Photoshop, Gimp, Pixlr
* Difusión de infografías. Publica y comparte infografías con alumnos o profesores para su visualización o edición conjunta
* Creación de diagramas, gráficos, líneas del tiempo y organigramas que permitan la comprensión visual de un proceso o evento
* Diseño de otros gráficos y materiales visuales
* Proyecto final: Elabora tu propia infografía
* **Módulo 4.-** Tratamiento de documentos PDF
* Primeros pasos con Acrobat
* Generar un PDF a partir de un documento de impresión
* Fusionar y dividir PDF
* Insertar y extraer páginas
* Insertar documentos con distintos formatos
* Edición avanzada
* Organizar carpetas PDF
* Revisar documentos PDF
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 35 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 50 horas. |
| **TOTAL DE PARTICIPANTES (MÁXIMO):** | 35 |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO:** |  |
| **MATERIALES PARA LA DIFUSIÓN:** | La entidad adjudicataria deberá entregar al CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, al inicio de la contratación de los servicios, los siguientes materiales para la difusión y publicidad:1. Imágenes para difusión en web y redes sociales:
	1. Imagen para banner web, en formato tipo .jpg, .png, de 3950x1513 píxeles, con alta resolución.
	2. Imagen para destacado en la web, en formato tipo .jpg, .png, de 400x400 píxeles, con alta resolución.
2. Presentación de cada acción formativa, en formato vídeo con una duración máxima de 5 minutos, donde se expongan los objetivos y contenidos que se abordan cada una de ellas.

La Cámara de Comercio de Málaga validará estos materiales y facilitará al inicio del contrato las indicaciones correspondientes en cuanto a la identidad corporativa yespecificaciones técnicas para estos materiales. |
| **LOTE Nº 9: INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL SECTOR CULTURAL** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Las industrias culturales en tiempos de crisis
* **Módulo 2.-** Viabilidad de proyectos culturales en formato virtual
* **Módulo 3.-** La diferenciación como valor estratégico
* **Módulo 4.-** Turismo cultural: Rutas turísticas en el sector cultural y del arte en Málaga
* **Módulo 5.-** Patrimonio Histórico Artístico. Gestión, difusión y sostenibiliad de bienes culturales
* **Módulo 6.-** La industria cultural desde la vertiente del arte: Instituciones, artistas, galerías, centros de arte, comisarios, críticos y gestores culturales **Módulo 7.-** Negocio y gestión de eventos de gran impacto: festivales y ferias
* **Módulo 8.-** Las industrias de artes escénicas
* **Módulo 9.-** Nichos y modelos de negocio en las industrias culturales
* **Módulo 10.-** Oportunidades para artistas: certámenes, convocatorias, concursos y encargos
* **Módulo 11.-** Curriculum vitae-Bio-Statement-Reseña
* **Módulo 12.-** Dossier-Portfolio-Proyecto-Sitio web personal
* **Módulo 13.-** Prensa, marketing online, comunidades y redes profesionales en el sector cultural
* **Módulo 14.-** Casos prácticos
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 35 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 50 horas. |
| **TOTAL DE PARTICIPANTES (MÁXIMO):** | 35 |
| **PRESCRIPCIÓN FORMADORES/AS:** | **DE** | **LOS** | **Experiencia****docente requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos aimpartir en la acción formativa, en los últimos 5 años, con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: ACTIVIDADES Y VISITAS GUIADAS PARA MUSEOS E INSTITUCIONES CULTURALES** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** De la visita guiada al concepto de mediación cultural
* **Módulo 2.-** Metodología para el diseño de programas de mediación cultural
* **Módulo 3.-** Producción de eventos educativos a través del arte
* **Módulo 4.-** Adaptación de proyectos a públicos con necesidades especiales
* **Módulo 5.-** Arte y cultura como herramientas de intervención social.
* **Módulo 6.-** Accesibilidad universal de la cultura
* **Módulo 7.-** Diseño y evaluación de proyectos culturales: Definición de objetivos, indicadores y medición
* **Módulo 8.-** Derechos de autor y derechos de propiedad intelectual. Marcas, registro de marcas, eventos y patentes. Gestión de los derechos. Las Agencias reguladoras de la propiedad intelectual
* **Módulo 9.-** Casos prácticos y experiencias de interés
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 35 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 50 horas. |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 3: GESTIÓN DE MUSEOS E INSTITUCIONES CULTURALES** |
| **Modalidad:** | Online |
| **Contenidos:** | * **Módulo 1.-** Los profesionales de la cultura: perfiles e itinerarios formativos
* **Módulo 2.-** Oferta académica y profesional en el sector de la cultura
* **Módulo 3.-** Ordenación y dependencia administrativa de museos: el caso de Málaga
* **Módulo 4.-** El museo como organización: organigramas y equipos
* **Módulo 5.-** Museos y colecciones: Gestión del espacio expositivo
* **Módulo 6.-** El espacio de arte contemporáneo: Introducción, tipologías y funciones
* **Módulo 7.-** Programación y producción de exposiciones
* **Módulo 8.-** Registro, conservación y restauración de obras de arte
* **Módulo 9.-** Servicios al público: Ticketing
* **Módulo 10.-** Estudio de públicos de museos
* **Módulo 11.-** Departamento educativo de la institución museística
* **Módulo 12.-** Marketing, comunicación y promoción cultural en el entorno museístico
 |
| **Duración de la edición:** | 50 horas. |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **Nº Ediciones:** | 1 |
| **Número máximo de participantes por edición:** | 35 |
| **DURACIÓN TOTAL:** | 50 horas. |
| **PRESCRIPCIÓN DE LOS FORMADORES/AS:** | **Experiencia docente****requerida:** | Experiencia docente relacionada con los contenidos a impartir en la acción formativa, en los últimos 5 años,con un mínimo de 100 horas. |
| Previo a la ejecución de cada servicio, la Cámara de Comercio de Málaga validará el currículum del profesional/es que va a realizar cada uno de ellos, comprobando que cumple/n con los requisitos indicados en este apartado. |
| **INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO:** |  |
| **MATERIALES PARA LA DIFUSIÓN:** | La entidad adjudicataria deberá entregar al CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, al inicio de la contratación de los servicios, los siguientes materiales para la difusión y publicidad:1. Imágenes para difusión en web y redes sociales:
	1. Imagen para banner web, en formato tipo .jpg, .png, de 3950x1513 píxeles, con alta resolución.
	2. Imagen para destacado en la web, en formato tipo .jpg, .png, de 400x400 píxeles, con alta resolución.
2. Presentación de cada acción formativa, en formato vídeo con una duración máxima de 5 minutos, donde se expongan los objetivos y contenidos que se abordan cada una de ellas.

La Cámara de Comercio de Málaga validará estos materiales y facilitará al inicio del contrato lasindicaciones correspondientes en cuanto a la identidad corporativa y especificaciones técnicas para estos materiales. |

**OTRAS ACTUACIONES QUE PODRÍAN DESARROLLARSE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TIPOLOGÍA | CURSO | HORAS |
| COMPETENCIAS FINANCIERAS | ASESORAMIENTO FINANCIERO. | 100 |
| FINANZAS, COSTES Y PRESUPUESTOS PARA NO FINANCIEROS | 100 |
| CONTAPLUS | 100 |
| CONTABILIDAD GENERAL INICIACIÓN | 100 |
| COMPETENCIASADMINISTRATIVAS | TAREAS EN LA ADMINISTRACIÓN EMPRESAS. | 100 |
| FISCALIDAD Y TRIBUTACIÓN EN LA EMPRESA | 100 |
| APRENDE A PRESENTAR TU IRPF E IVA (IMPUESTOS) | 100 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS BÁSICO | 100 |
| ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AVANZADO | 50 |
| NOMINAPLUS | 100 |
| COMPETENCIAS DIGITALES | COMMUNITY MANAGEMENT & MARKETING DIGITAL. | 100 |
| TRABAJO COLABORATIVO, HERRAMIENTAS PARA EL TRABAJO A DISTANCIA. | 100 |
| HOJA DE CÁLCULO NIVEL AVANZADO. | 100 |
| HOJA DE CÁLCULO NIVEL MEDIO. | 100 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ECOMMERCE/ VENTA ONLINE | 150 |
| HERRAMIENTAS PARA POSICIONARSE EN REDES SOCIALES | 100 |
| INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN LABORAL, FISCAL Y CONTABLE. | 150 |
| SOFT SKILLS | HABILIDADES COMUNICATIVAS EFICACES | 50 |
| PRESENTACIONES DE ALTO IMPACTO | 50 |
| TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y LIDERAZGO | 50 |
| GESTIÓN DEL TIEMPO. | 50 |
| LIDERAZGO PARA MUJERES | MARKETING PERSONAL: APRENDA AAUTOPROMOCIONARSE. | 150 |
| RELACIONES COMERCIALES. | 150 |
| DIGITALIZACIÓN PARA MUJERES EMPRENDEDORAS. | 150 |
| OTROS | RELACIONES COMERCIALES. | 150 |
| EL CLIENTE ES LO PRIMERO FIDELIZACIÓN. | 100 |