## 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** |
| **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
 |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: ADOBE ILLUSTRATOR PARA REDES SOCIALES** |
| **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
 |
| **ACCIÓN FORMATIVA 3: ADOBE INDESIGN PARA DISEÑO DE PRESENTACIONES Y PUBLICIDAD** |
| **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
 |
| **LOTE Nº 2: DISEÑO Y PROGRAMACIÓN DIGITAL** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: DISEÑO WEB UX PARA EMPRESAS** |
| **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
 |
| **Destinatarios:** | Emprendedores y empresarios de Málaga Capital. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: 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
 |
| **LOTE Nº 3: FOTOGRAFÍA Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORES** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: CURSO BÁSICO DE FOTOGRAFÍA PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORES** |
| **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.
 |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: CURSO DE FOTOGRAFÍA AVANZADO PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORES** |
| **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.
 |

|  |
| --- |
| **LOTE Nº 4: DISEÑO GRÁFICO, GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y ANALÍTICA WEB Y MARKETING DIGITAL** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:**  |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: EXPERTO EN GESTIÓN DE REDES SOCIALES, SEO-SEM Y ANALÍTICA WEB** |
| **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.
 |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: DISEÑO GRÁFICO DE MATERIALES Y PRESENTACIONES CON CANVA, GOOGLE SLIDES Y TRATAMIENTO DE DOCUMENTOS PDF** |
| **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
 |
| **ACCIÓN FORMATIVA 3: CURSO DE ESTRATEGIA DE MÁRKETING DIGITAL** |
| **Contenidos:** | UD1.Introducción al marketing digital en la empresa1. Conceptualización del Marketing Digital1.1 Características del marketing digital2. Formas de Marketing en Internet2.1 Marketing OnetoOne2.2 Marketing de permiso2.3 Marketing de atracción2.4 Marketing de retención2.5 Marketing de recomendación3. El usuario digital3.1 Comportamiento del usuario en Internet3.2 Prototipo de comprador3.3 Hay que pensar como un editor3.4 Crowdsourcing4. El contenido4.1 Técnicas para generar contenido4.2 Storytelling4.3 Marketing viral5. Estrategias de CRM5.1 Introducción y definición de estrategias de CRM5.2 Tipos de CRM5.3 Componentes a considerar en una estrategia de CRM5.4 Beneficios de la estrategia CRM5.5 Implantación de CRM5.5.1 Factores clave de la implantación de CRM5.5.2 Como asegurar el éxito en la implantación de CRM5.5.3 Criterios de valoración6. Ventajas del marketing digital para las empresas6.1 Marketing tradicionalvs. Marketing digital6.2 Transformación digital de la empresa6.3 Objetivos del marketing Digital6.4 Principales estrategias de Marketing Digital6.5 Planificación EstratégicaUD2.Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital1. Identificación del público objetivo1.1 Segmentación1.2 Requisitos de la segmentación1.3 Criterios de segmentación1.4 Métodos de segmentación1.5 Tipos de estrategias1.6 Segmentación a través de la comunicación2. Programas de afiliación2.1 Éxito de la afiliación3. Posicionamiento3.1 SEO3.2 SEO Vs SEM3.3 Optimización del sitio web3.3.1 Elección de keywords3.3.2 Lista de términos de marketing por encuesta3.3.3 Lista de términos populares3.3.4 Otras herramientas3.4 SEM3.4.1 La publicidad en buscadores3.4.2 Anuncios de búsqueda3.4.3 Tipos de anuncios de búsquedas3.4.4 Anuncios de texto3.5 Google Adwords3.5.1 Cómo funciona Google Adwords3.5.2 Ventajas de Google Adwords3.5.3 Posición de los anuncios4. Métricas y analítica web4.1 Medición de las visitas4.2 Google Analytics5. E-Commerce5.1 Tipos de comercio electrónico5.2 Ventajas del comercio electrónico5.3 Modelos de negocio del e-commerce5.4 E-procurement5.5 Gestión logística del modelo de e-commerceUD3.Marketing y comunicación online1. Marketing en redes sociales1.1 Facebook1.2 Instagram1.3 Twitter1.4 Youtube1.5 Elegir el medio social adecuado1.6 Sacar el máximo partido a las redes sociales1.7 La figura del Community Manager1.7.1 Habilidades, aptitudes y actitudes del community manager1.7.2 Funciones y objetivos del community manager2. Campañas de comunicación online2.1 Características de la campaña de comunicación2.2 Efectos de una campaña de comunicación en la red2.3 El briefing publicitario2.4 Promoción en internet2.4.1 Motores de búsqueda2.4.2 Intercambio de enlaces2.4.3 Estrategias virales2.4.4 Relaciones Públicas2.4.5 Medios tradicionales2.4.6 Publicidad a través de e-mail2.4.7 Asociaciones2.4.8 Publicidad pagada2.5 La comunicación 360°2.6 La regla de las 4 F2.6.1 Flujo de información2.6.2 Funcionalidad2.6.3 Feedback2.6.4 Fidelización2.7 Reacción y adaptación3. La Publicidad on-line3.1 Concepto de publicidad on-line3.2 Formas de publicidad on-line3.3 Formas publicitarias on-line no convencionales3.4 Tarifas de publicidad on-line3.4.1 Precios de los medios publicitarios3.4.2 Banners3.5 Eficacia publicitaria3.5.1. Medición de la eficacia publicitaria en internet3.6 Tendencias de publicidad on-line3.6.1 El futuro de la publicidad on-line |
| **LOTE Nº 5: EMPRENDIMIENTO, FINANCIACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL** |
| **ACCIONES FORMATIVAS QUE CONTEMPLA EL LOTE:** |
| **ACCIÓN FORMATIVA 1: ANÁLISIS CONTABLE, FINANCIERO Y APLICACIONES INFORMÁTICAS DE CONTABILIDAD** |
| **Contenidos:** | Módulo 1. Los estados contables.UD1. Introducción.UD2. Balance de situación.UD3. Cuenta de pérdidas y ganancias.UD4. Estado de cambios en el patrimonio.UD5. Estado de flujos de efectivo.UD6. La memoria.Módulo 2. Análisis porcentual y mediante ratios de los estados contables.UD1. Introducción.UD2. Solvencia.UD3. Endeudamiento.UD4. El fondo de maniobra.UD5. Periodo de maduración.UD6. Cash flow.UD7. Apalancamiento operativo y apalancamiento financiero.UD8. Umbral de rentabilidad.UD9. Rentabilidad financiera y rentabilidad económica.APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA CONTABILIDADUD1. Programas de contabilidad.UD2. Registro contable a través de aplicaciones informáticas.UD3. Introducir asientos que permitan el cálculo automático del IVA.UD4. Libros contables.UD5. La utilización de asientos predefinidos para operaciones habituales de la empresa.UD6. Regularización o liquidación de IVA.UD7. Balance de comprobación de sumas y saldos.UD8. Realización del cierre del ejercicio.UD9. Apertura de la contabilidad.UD10. Obtención de las cuentas anuales. |
| **ACCIÓN FORMATIVA 2: CURSO DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO, PLAN DE EMPRESA, GESTIÓN EMPRESARIAL Y FINANCIACIÓN** |
| **Contenidos:** | UD1. Actitud y capacidad emprendedora.1.1. Evaluación del potencial emprendedor.1.2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.1.3. Empoderamiento.UD2. Análisis de oportunidades e ideas de pequeño negocio o microempresa.2.1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio.2.2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio.2.3. Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa.2.4. Análisis de decisiones previas.2.5. Plan de acciónUD3. FINANCIACIÓN DE PROYECTOSUD4. GESTIÓN EMPRESARIAL |