

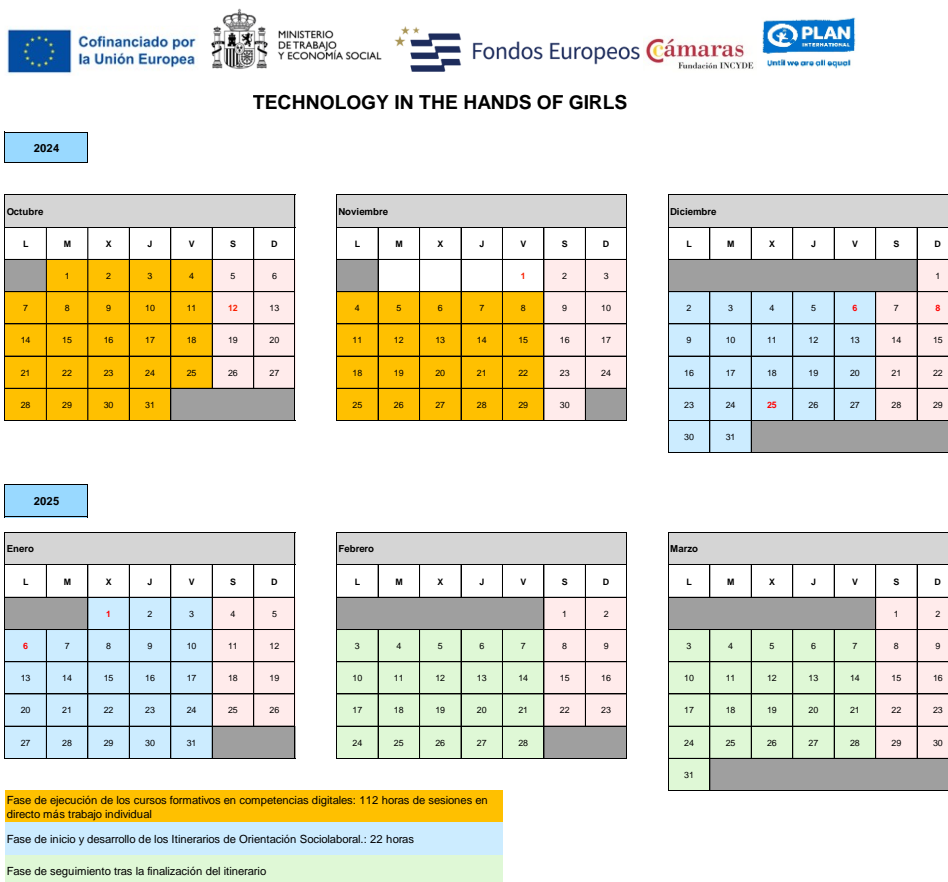
“Technology in the hands of girls”

Este proyecto tiene como **objetivo principal brindar formación online y gratuita a mujeres jóvenes de Castilla La Mancha en competencias digitales de cara al empleo sostenible e inclusivo.**

Tres fases:

- **Fase de ejecución de los cursos formativos en competencias digitales:** Cuatro itinerarios disponibles a elegir uno: Coordinadora de Proyectos, Analista de Datos, Desarrolladora Web Junior y Especialista en Medios Digitales.
- **Fase de inicio y desarrollo de los Itinerarios de Orientación Sociolaboral:** Acogida y Diagnóstico de Empleabilidad, Diseño Itinerario Orientación Sociolaboral y Tutorías individuales y/o grupales de acompañamiento.
- **Fase de seguimiento tras la finalización del itinerario.** Seguimiento del proceso de inserción y garantía de la continuidad del mismo.

Te presentamos el cronograma con las fases del proyecto:



Podrás elegir uno de los cuatro cursos en competencias digitales disponibles: Coordinadora de Proyectos, Analista de Datos, Desarrolladora Web Junior y Especialista en Medios Digitales.

112 horas de sesiones en directo más trabajo individual (160 horas estimadas).

Te detallamos sus objetivos y contenido:

1. Coordinadora de Proyectos

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

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

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

Contenidos:

Módulo 1. Ofimática

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

Módulo 2. Gestión de la documentación

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



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Fondos Europeos **Cámaras**
Fundación INCYDE

Operación cofinanciada por FSE+ a través del programa de Empleo, Educación, Formación y Economía Social 2021-2027

Módulo 3. Comunicación y atención al cliente

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

Módulo 4. Organización de eventos y viajes

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

Módulo 5. Acceso al mercado laboral

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

2. Analista de Datos

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

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

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

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

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

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



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Fondos Europeos Cámaras
Fundación INCYDE

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

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

Contenidos:**Módulo 1. Customer Knowledge. Social Business Intelligence**

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

Módulo 2. Costumer Centric

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

Módulo 3. Introducción al Big Data y la Inteligencia Artificial

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

Módulo 4. Inteligencia Artificial. Aplicaciones prácticas en el marketing

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

Módulo 5. Tecnología, cambio de cultura y Data Driven

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

Módulo 6. Acceso al mercado laboral

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

3. Desarrolladora Web Junior

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

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

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

Contenidos:

Módulo 1. HTML

- Introducción a la programación
- Introducción al desarrollo WEB
- IDEs.
- Instalación-configuración del entorno de trabajo.
- Notas generales HTML
- Notas generales CSS
- Estructura HTML
- Organización del Head
- Posicionamiento SEO. Head
- Organización del Body
- Formatos de texto
- Encabezados
- Párrafos
- La etiqueta <pre>
- Hipervínculos
- Listas en HTML, listas ordenadas y desordenadas
- Listas de definiciones y descripciones
- Tablas en HTML
- Tratamiento de imágenes
- Tratamiento de videos
- Tratamiento de audio
- Formularios en HTML
- Diseño WEB responsive
- Repaso de etiquetas HTML
- Ejemplos de creación de página WEB.

Módulo 2. CSS

- CSS. ¿Dónde va el código CSS?
- Modelo caja-contenedor
- Float, margen y padding
- CSS para controlar texto en páginas WEB
- Selector de etiqueta
- Selector de clase
- Selector ID
- Selector de grupo
- Selector universal
- Selector hermano



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Fondos Europeos Cámaras
Fundación INCYDE

- Jerarquía de etiquetas
- Estilos para vínculos
- Unidades de medida
- Color y fondo
- Texto
- Fuentes
- Listas
- Tablas
- Pseudoclasses
- Prefijos para navegadores
- Ejemplos de creación de página WEB con CSS

Módulo 3. JavaScript

- JavaScript. Introducción
- Estructuras básicas
- Declaración de variables
- Operando con variables
- Strings
- Operadores
- Prompt
- Arrays
- Recorrer arrays con FOR
- Recorrer arrays con FOR-EACH
- Recorrer arrays con FOR-IN
- Búsquedas en un Array
- Arrays multidimensionales
- POO. Programación orientada a objetos
- Condicionales
- Comparadores
- IF ELSE
- SWITCH CASE
- Bucles
- WHILE
- DO WHILE
- FOR
- FOR-EACH
- Funciones
- Parámetros REST y SPREAD
- Funciones anónimas
- Callback



- Funciones de fecha
- Ámbito de las variables en funciones
- Eventos
- Eventos de ratón
- Eventos de teclado y foco
- DOM
- Seleccionar clases y etiquetas
- BOM

Módulo 4. Bases de datos relacionales.

- Introducción a las bases de datos relacionales.
- SQL
- Modelo entidad relación.
- Instalación y puesta en marcha de una BBDDR
- Diseño de tablas
- Tipos de datos
- Grupos de comandos
- Cláusulas
- Operadores de comparación
- Consultas de agrupación. Group by
- Consultas de cálculo
- Consultas multitable
- Consultas de unión
- Consultas multitable externas
- Consultas multitable interna
- Subconsulta
- Consultas de acción
- Consultas de creación
- Consultas de datos anexados

4. Especialista en Medios Digitales

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

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

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

Los objetivos de aprendizaje de este curso son:

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

Contenidos:

Módulo 1. Introducción a los medios digitales

- Unidad 1. Los medios digitales como salida profesional ante la crisis
- Unidad 2. La importancia del contenido
- Unidad 3. La página web: qué es y cómo se construye
- Unidad 4. Las redes sociales: consolidando la reputación online
- Unidad 5. El comercio online: todo se puede vender por Internet
- Unidad 6. Email marketing y newsletters: otras formas de promoción
- Unidad 7. Backlinks, cómo crear una buena power page sin gastar un euro



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Fondos Europeos Cámaras
Fundación INCYDE

Módulo 2. SEO Y SEM

- Unidad 1. Diferencias entre SEO y SEM
- Unidad 2. Estrategia básica en SEO (I)
- Unidad 2. Estrategia básica en SEO (II)
- Unidad 3. La importancia del SEO local
- Unidad 4. Herramientas SEM
- Unidad 5. Errores más comunes
- Unidad 6. Cómo conseguir que las métricas y analíticas no me suenen a chino
- Unidad 7. Entorno Google: practicando con Google Sites y Google Ads

Módulo 3. Redes Sociales

- Unidad 1. Facebook para empresas
- Unidad 2. Instagram: la vida (no siempre) es bella
- Unidad 3. TikTok: nuevas formas de creatividad
- Unidad 4. YouTube vs Twitch
- Unidad 5. X: rapidez e información
- Unidad 6. LinkedIn: creación de un buen perfil profesional
- Unidad 7. Introducción a Social Ads y simulación de una campaña

Módulo 4. La nueva revolución: inteligencia artificial

- Unidad 1. Qué es exactamente, oportunidades y retos, ámbitos de utilización
- Unidad 2. Prompt Engineering
- Unidad 3. Aplicaciones concretas

Módulo 5. Oportunidades de trabajo online

- Unidad 1. Plataformas de trabajo freelance para ofrecer mis servicios
- Unidad 2. Perspectivas de futuro en Amazon/Amazon Kindle para autores
- Unidad 3. Etsy si lo que hago es más artesanal o de diseño
- Unidad 4. Marketing de afiliación

Módulo 6. PRÁCTICO: Desarrollo digital de un proyecto propio

- Unidad 1. Introducción y conceptos
- Unidad 2. Objetivos y "research" del usuario
- Unidad 3. Análisis de producto
- Unidad 4. Planificación del proyecto

Los contenidos que se trabajarán a lo largo de los Itinerarios de Orientación Sociolaboral serán:

1-Acogida y Diagnóstico de Empleabilidad. Donde se evaluarán las siguientes competencias: autoconfianza, autocontrol, comunicación, cumplimiento de normas y tareas, razonamiento matemático y ser digital.

2-Diseño Itinerario Orientación Sociolaboral. Contendrá actividades en pro del desarrollo competencial necesario para la inserción laboral como:

- Taller de habilidades sociales, de comunicación y laborales básicas.
- Taller de asesoramiento para elaboración del currículo.
- Taller de técnicas de búsqueda activa de empleo.
- Taller de orientación laboral y taller de información sobre normativa laboral.

De forma transversal y dada la temática de las formaciones se realizará un taller sobre prevención del acoso online a mujeres jóvenes, así como un taller sobre igualdad de género.

3- Tutorías individuales y/o grupales de acompañamiento. Se llevarán a cabo tutorías de acompañamiento para ver la evolución de las jóvenes en relación con sus itinerarios.

Se contempla la posibilidad de contar con mentores de empresas del sector digital que impartan charlas inspiracionales a las jóvenes y/o talleres vinculados con la búsqueda activa de empleo para reforzar los contenidos propios de esta fase.



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Fondos Europeos Cámaras
Fundación INCYDE