



Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

Gestor de producto digital

Abril 2021

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	GESTOR DE PRODUCTO DIGITAL
Familia Profesional:	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Área Profesional:	ADMINISTRACIÓN Y AUDITORÍA
Código:	ADGD13
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Gestionar productos digitales, responsabilizándose de la visión estratégica del producto: idear, prototipar, validar soluciones innovadoras y evolucionar para conseguir el éxito del producto según los objetivos de negocio marcados, descubriendo problemas y necesidades que permitan identificar oportunidades de innovación

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Ideación del producto	12 horas
Módulo 2	Desarrollo del concepto de producto	12 horas
Módulo 3	Definición del producto	16 horas
Módulo 4	Gestión y estrategia de productos	6 horas
Módulo 5	Roadmapping de producto	7 horas
Módulo 6	Metodologías ágiles para la gestión de productos	27 horas
Módulo 7	Análítica de producto para la metodología growth hacking	15 horas
Módulo 8	Estrategias growth de optimización de producto	13 horas
Módulo 9	Estrategias growth de adquisición de producto	12 horas
Módulo 10	Habilidades y competencias de gestión, personales y sociales, para el entorno digital	30 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición: 150 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones/ titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none">- Licenciados o graduados superiores.- Sin titulación, pero con más de 2 años de experiencia acreditada en puestos de responsabilidad de gestión en compañías de un tamaño superior a 10 empleados.
-------------------------------------	---

Experiencia profesional	Experiencia profesional de más de 2 años.
Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado, Ingeniero o el Título de Grado superior. - Diplomado, Ingeniero Técnico el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con las áreas temáticas reflejadas en la formación.
Experiencia profesional mínima requerida	Experiencia reconocida de 5 o más años en empresas o proyectos relativos a la temática relacionada con el programa formativo.
Competencia docente	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Acreditar al menos 50 horas de formación para adultos en modalidad presencial. - Haber dado formación en una escuela de negocio que al menos lleve 5 años en el mercado.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45 m ²	2,4 m ² / participante

Espacios formativos	Equipamiento
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa: o Servidor virtual o entorno de aprendizaje virtual para ciberseguridad. - PC última generación con acceso a internet mediante cable - Mínimo: Proyector. Ideal: Proyector ultracorta con definición HD. - Mínimo: Acceso a internet por wifi. Ideal: Acceso a Internet mediante wifi para el formador y alumnos de 1 Gb dedicado y redundado.

	<ul style="list-style-type: none"> - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa. - Mínimo: microfonía individual del profesor y dos micrófonos para alumnos. Ideal: Infraestructura de audio basada en sistema de microfonía inteligente que permita captar el sonido de toda el aula con cancelación de ruido. No permitidos micrófonos individuales. - Mínimo: dos cámaras, la del profesor HD. Ideal: Cámara principal HD robotizada sin latencia en las aulas y cámaras secundarias en visión sobre alumnos. - Instalación de control de CO2 en todas las aulas. - Sistema inteligente de climatización y renovación de aire.
--	--

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m2/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Para impartir la formación en modalidad de teleformación, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación:

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura**

- Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:
 - a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
 - b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.
- Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.

- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

• **Servicios y soporte**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interactuar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de

calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Vinculación con capacitaciones profesionales

El centro formativo deberá extender un diploma o certificado de asistencia y evaluación positiva correspondiente con la formación recibida o que acredite la formación recibida.

El certificado deberá también entregarse en blockchain para conseguir que siempre esté al alcance de los alumnos que hayan cursado la certificación.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 1223 Directores de investigación y desarrollo.
- 1321 Directores de servicios de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).
- 2431 Ingenieros industriales y de producción.
- 2433 Ingenieros mecánicos.
- 2434 Ingenieros aeronáuticos.
- 2443 Ingenieros en telecomunicaciones.
- 2461 Ingenieros técnicos industriales y de producción.
- 2463 Ingenieros técnicos mecánicos.
- 2464 Ingenieros técnicos aeronáuticos.
- 2473 Ingenieros técnicos en telecomunicaciones.

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo)

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: IDEACIÓN DEL PRODUCTO

OBJETIVO

Desarrollar el lado creativo usando diversas técnicas de ideación en procesos de co-creación, como el Design Thinking, para dar con soluciones disruptivas que den respuesta a problemas y necesidades reales; así como descubrir problemas y necesidades latentes para identificar oportunidades de innovación.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 12 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Asunción de las bases del Design Thinking.
- Aproximación a las técnicas de investigación existentes.
- Comprensión de la importancia de identificar y validar oportunidades para lanzar productos de éxito.
- Conocimiento de las técnicas de creatividad más habituales; así como las técnicas de ideación y pensamiento creativo con más aplicación al mundo del negocio.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Tolerancia a la ambigüedad: capacidad para resistir durante mucho tiempo la insolubilidad de un problema, sin cejar en su trabajo o intento por superarlo.
- Fluidez de ideas, para llegar cada vez más cerca y más al fondo del problema que se analiza hasta dar con la solución adecuada.
- Flexibilidad para llegar a la solución del problema desde diferentes puntos de vista.
- Originalidad en la creación de ideas.
- Sensibilidad para los problemas: Buscar nuevos problemas y nuevas posibilidades, considerando los viejos problemas desde un ángulo nuevo.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2 DESARROLLO DEL CONCEPTO DE PRODUCTO

OBJETIVO

Crear propuestas de valor único y diferencial en base a ideas innovadoras que se conviertan en negocios viables con un a orientación customer-centric.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 12 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Dominio de Product & Service Design.
- Conocimiento de las técnicas de priorización.
- Uso de las herramientas de Validation Board y Value Proposition Canvas.
- Asimilación de las técnicas de desarrollo de concepto.
- Profundización en los principios de UX.
- Familiarización con el Lean Startup, el prototipado y la validación de hipótesis.
- Construcción de un Producto Mínimo Viable (MVP).

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Curiosidad: para conocer lo que los clientes realmente necesitan hay que indagar, hacer averiguaciones y preguntarles directamente por su punto de vista.
- Habilidad de escuchar activamente: cuando los clientes están hablando, no es suficiente el mantener un respetuoso silencio, sino que hay que tener una mente abierta y al 100% de rendimiento para, descubrir las mejores maneras de ofrecer lo que necesitan.
- Capacidad para presentar soluciones específicas para las necesidades detectadas.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3: DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

OBJETIVO

Crear prototipos iterativamente, invirtiendo el mínimo de tiempo y recursos posibles, para dar forma a un producto, definirlo y pensar su modelo de negocio, a través de disciplinas transversales indispensables como el User Experience (UX) y el Interaction Design (IxD) que crean mockups funcionales.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 16 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Definición de un buen producto.
- Asimilación de la importancia de pensar desde el punto de vista del usuario.
- Dominio del ciclo de vida del producto digital.
- Familiarización con el prototipado de personas, contenidos y diseño.
- Asunción de la importancia del user testing continuo.
- Optimización continua de producto.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Curiosidad: para conocer lo que los clientes realmente necesitan hay que indagar, hacer averiguaciones y preguntarles directamente por su punto de vista.
- Habilidad de escuchar activamente: cuando los clientes están hablando, no es suficiente el mantener un respetuoso silencio, sino que hay que tener una mente abierta y al 100% de rendimiento para, descubrir las mejores maneras de ofrecer lo que necesitan.
- Capacidad para presentar soluciones específicas para las necesidades detectadas.

OBJETIVO

Conocer la realidad estratégica de los negocios basados en productos digitales, qué modelos organizativos existen, cuál es el rol del product manager, qué frameworks se emplean para articular la estrategia de un producto ligada a objetivos de negocio para liderar una organización basada en OKRs (Objective & Key Results).

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 6 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Comprensión del paso del product-market fit al product-growth.
- Definición de la estrategia y dirección de productos.
- Aproximación a la visión de Producto y OKRs.
- Dominio de las técnicas y frameworks para la definición de una estrategia.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad para traducir, manipular y comprender las perspectivas de los clientes, utilizándolas para crear una estrategia comercial sólida.
- Dominio de herramientas que garanticen la identificación, seguimiento y notificación de indicadores clave.
- Especialista en comunicación interna y en gestión del cambio para impulsar una estrategia organizativa basada en el compromiso y la motivación.
- Creación de textos convincentes para diferentes audiencias con diversos tonos y extensiones, basados en contenidos concisos, atractivos y focalizados.

OBJETIVO

Dominar técnicas de roadmapping para traducir la estrategia en un producto real, generar insights que permitan orientar el producto hacia lo importante, conociendo las claves del proceso de investigación que ayudan a encontrar los problemas raíz para generar soluciones de impacto, y aprender a priorizar las iniciativas.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 7 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Conocimiento del proceso: De la visión al roadmap.
 - ¿Por qué la existencia de un producto?
 - ¿Cómo se alcanza la visión del producto?
 - ¿Qué necesidades se deben resolver?
- Aplicación de técnicas de roadmapping.
- Utilización de metodología Ágil para el desarrollo de proyectos iterativos.
- Aplicación de técnicas de priorización.
- Descubrimiento, identificación y validación de necesidades.
- Diseño de hipótesis y validación.
- Evaluación y priorización de funcionalidades.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Comunicación de manera clara tanto verbalmente como por escrito, en relación a la necesidad del producto y a sus detalles.
- Organización y sistematización en la información recogida.
- Creatividad para pensar en nuevas formas de resolver problemas, de desarrollar procesos efectivos de tomas de decisión y de comunicación con los integrantes del equipo de trabajo.
- Habitado a la toma de decisiones y estrategias a largo plazo al igual que a trabajar en función de los objetivos del equipo y las metas generales.
- Capacidad de análisis.

MÓDULO DE FORMACIÓN 6: METODOLOGÍAS ÁGILES PARA LA GESTIÓN DE PRODUCTOS

OBJETIVO

Conocer la metodología Agile (SCRUM y DevOps) poniéndola en práctica a través de simulaciones reales de desarrollo de productos y aprender cómo negociar mejor, gestionar equipos y liderar de forma "lean".

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 27 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Manejo de las metodologías ágiles: SCRUM y DevOps.
- Conocimiento del proceso de desarrollo de producto en Agile.
- Medición del rendimiento de SCRUM y DevOps mediante las métricas clave.
- Conocimiento de los sprints de desarrollo en Agile.
- Dominio de los fundamentos de Agile Tech Stack.
- Aproximación al Lean Leadership.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Comunicación de manera clara tanto verbalmente como por escrito, en relación a la necesidad del producto y a sus detalles.
- Organización y sistematización en la información recogida.
- Creatividad para pensar en nuevas formas de resolver problemas, de desarrollar procesos efectivos de tomas de decisión y de comunicación con los integrantes del equipo de trabajo.
- Habitado a la toma de decisiones y estrategias a largo plazo al igual que a trabajar en función de los objetivos del equipo y las metas generales.
- Capacidad de análisis.

MÓDULO DE FORMACIÓN 7: ANALÍTICA DE PRODUCTO PARA LA METODOLOGÍA GROWTH HACKING

OBJETIVO

Definir toda una estrategia de growth en torno a un objetivo clave de negocio, y establecer un subconjunto de KPIs para conseguirlo, midiendo el éxito de una solución digital y desplegando ese modelo de medición en una herramienta de analítica digital.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Aplicación de la Growth Hacking Methodology.
- Comprensión de los fundamentos de la analítica de producto.
- Usos de las herramientas de analítica.
- Conocimiento de la experimentación rápida.
- Familiarización con Lean Analytics, Google Analytics, AB Testing, ...
- Comprensión de la analítica digital basada en el comportamiento.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad para traducir, manipular y comprender las perspectivas de los clientes, utilizándolas para crear una estrategia comercial sólida.
- Dominio de herramientas que garanticen la identificación, seguimiento y notificación de indicadores clave.
- Especialista en comunicación interna y en gestión del cambio para impulsar una estrategia organizativa basada en el compromiso y la motivación.
- Creación de textos convincentes para diferentes audiencias con diversos tonos y extensiones, basados en contenidos concisos, atractivos y focalizados.

OBJETIVO

Conocer la metodología, las herramientas y el proceso de un proyecto de Growth Hacking para implementar Hacks de conversión y fidelización de un producto digital y plantear estrategias para acelerar la adopción y crecimiento de un producto de principio a fin.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDD DE IMPARTICIÓN: 13 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Optimización de las fases de estrategias Growth:
 - Activación.
 - Conversión.
 - Retención.
 - Fidelización.
- Validación de Propuestas de valor, el Modelo de negocio, el onboarding y el UX.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad para traducir, manipular y comprender las perspectivas de los clientes, utilizándolas para crear una estrategia comercial sólida.
- Dominio de herramientas que garanticen la identificación, seguimiento y notificación de indicadores clave.
- Especialista en comunicación interna y en gestión del cambio para impulsar una estrategia organizativa basada en el compromiso y la motivación.
- Creación de textos convincentes para diferentes audiencias con diversos tonos y extensiones, basados en contenidos concisos, atractivos y focalizados.

OBJETIVO

Dominar los frameworks de growth para impulsar las métricas de adquisición de un producto digital y la experimentación rápida e iterativa, combinando numerosas habilidades y herramientas de Growth.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDD DE IMPARTICIÓN: 12 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Viralización mediante Growth Machines.

- Fases.
- Técnicas.
- Cómo implementar Growth hacking en adquisición.
 - Prácticas no recomendables.
 - Estrategias más recomendadas.
- Fundamentos de Marketing Automation.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Extremadamente analítico, ya que tiene que ser capaz de entender rápidamente si sus experimentos están dando buenos resultados o no.
- Creativo, ya que es necesario que constantemente tenga ideas innovadoras, tiene que ser capaz de diseñar estrategias de crecimiento que consigan resultados espectaculares, y para eso es necesario que sea una persona curiosa.
- Ágil, ya que es necesario que sea capaz de validar rápidamente si sus experimentos están funcionando bien o no.

MÓDULO DE FORMACIÓN 10: HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE GESTIÓN, PERSONALES Y SOCIALES, PARA EL ENTORNO DIGITAL

OBJETIVO

Conocer el nuevo entorno laboral VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity & Ambiguity), que requiere del dominio de herramientas de trabajo en red, colaborativas, ágiles; así como de las habilidades y competencias que se exigen para ser competitivo en el nuevo entorno digital.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Impulso de habilidades digitales:
 - Liderazgo participativo.
 - Gestión del cambio.
 - Inteligencia emocional.
 - Storytelling.
 - Creación de marca personal.
 - Comunicación y negociación en entornos digitales.
- Comprensión de las competencias necesarias para el nuevo entorno digital:
 - La influencia digital.
 - La colaboración en el entorno.
 - La integración de la diversidad.
 - La gestión emocional.
 - La agilidad en toma de decisiones.
 - La anticipación en contextos digitales.
 - La flexibilidad para la transformación.
 - La asunción de incertidumbre y riesgos.
 - La elaboración, gestión y difusión de contenidos.
- Conocimiento de las herramientas imprescindibles para:
 - El trabajo colaborativo.
 - El trabajo en remoto.
 - La gestión de proyectos.
 - Automatización de flujos de trabajo.
- Práctica en las claves del trabajo en equipo y de la productividad en remoto.

- Fomento del liderazgo participativo y la gestión del cambio.
- Dominio de la comunicación y la negociación en entornos digitales.
- Práctica del modelo de competencias para el entorno digital.
- Elaboración y gestión de la marca personal desde la importancia del storytelling.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.
- La evaluación se realizará al final de los bloques formativos a través de un formulario. A los alumnos que obtengan un aprobado en todos los test se les otorgará el título final el cual está validado a través de la tecnología blockchain.
- Al finalizar el conjunto de la formación, se dará a los alumnos, de forma opcional, la posibilidad de realizar un test a través de una herramienta que les permitirá conocer su grado de competencias y conocimientos digitales