



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

2019 - Año del centenario del nacimiento de Eva María Duarte de Perón

Resolución firma conjunta

Número:

Referencia: Corresponde al expediente N° 5811-3045576/19

VISTO el expediente N° 5811-3045576/19 por el cual la Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional solicita el tratamiento del Diseño Curricular correspondiente al curso de Capacitación Laboral: Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital, en el marco de la Ley de Educación Nacional N° 26206, la Ley de Educación Técnico Profesional N° 26058, la Ley de Educación de la provincia de Buenos Aires N° 13688, las Resoluciones del Consejo Federal de Educación N° 13/07, 115/10 y 288/16; y acuerdos celebrados en ese ámbito, y

CONSIDERANDO:

Que la Ley N° 26058 de Educación Técnico Profesional refiere a la necesidad de alcanzar mayores niveles de equidad, calidad, eficiencia y efectividad de la Educación Técnico Profesional, a través del fortalecimiento y mejora continua de las instituciones, y sus trayectorias formativas;

Que esta Ley define a la Formación Profesional como “el conjunto de acciones cuyo propósito es la formación socio laboral para y en el trabajo, dirigida tanto a la adquisición y mejora de las cualificaciones como a la recualificación de los trabajadores, y que permite compatibilizar la promoción social, profesional y personal con la productividad de la economía nacional, regional y local. También incluye la especialización y profundización de conocimientos y capacidades en los niveles superiores de la educación formal”. (Ley N° 26058, Título II, Capítulo III, artículo 17);

Que entre las trayectorias formativas y Cursos de la Formación Profesional, la Resolución N° 13/07 del Consejo Federal de Educación diferencia los Trayectos de Formación Profesional Inicial, los Trayectos de Formación Profesional Continua y los Cursos de Capacitación Laboral, que otorgan sendas certificaciones;

Que dicha Resolución asimismo señala: “Constituyen certificados que acreditan la terminación de cursos de actualización, perfeccionamiento y especialización profesional de quienes han obtenido previamente un Certificado de Formación Profesional Inicial. El nivel de certificación en estos casos, es el que corresponde a la Formación Profesional Inicial del egresado”;

Que la Resolución N° 288/16 del Consejo Federal de Educación que establece las Orientaciones y criterios

para el desarrollo de la Formación Profesional continua y la Capacitación laboral, determina: “Conceptualmente la Capacitación Laboral se organiza en base al desarrollo de los saberes que están ligados a modos de organizar y realizar tareas, a las formas de operar con medios de trabajo (Máquinas, equipos, herramientas) y tecnologías diversas, a la adquisición de habilidades y modos de hacer específico de un puesto de trabajo o rol ocupacional particular;

Que en este sentido, se entiende por Capacitación Laboral, a las acciones formativas orientados al desarrollo de las capacidades de las personas para que puedan adaptarse a las exigencias de un puesto de trabajo particular. Sin tener como condición un requerimiento particular de una calificación profesional previa.

Que las acciones formativas de Capacitación Laboral no se basan en perfiles profesionales ni en trayectorias educativas aprobadas por el Consejo Federal de Educación, por esta condición las certificaciones de Capacitación Laboral si bien son parte del ámbito de la formación profesional no requieren la identificación del nivel de certificación de la propuesta formativa.” (Anexo: 5. Lineamientos y criterios para el desarrollo de las propuestas formativas de Capacitación Laboral).

Que las actuales condiciones de los diversos entornos socioproductivos imprimen la necesidad de la adecuación o creación de nuevos roles ocupacionales en el sector Administración y Comercialización, así como de considerar el acceso a la Formación Profesional de los trabajadores del Área;

Que en este sentido, y dentro de los procesos propios de los puestos de trabajo, el rol ocupacional del Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital se enmarca en la capacitación laboral. Trabajar con este rol ocupacional, que busca colaborar en la determinación y cumplimiento de medidas de seguridad de los diversos lugares de trabajo, redundando en una formación prioritaria al momento de hablar de Capacitación Laboral;

Que el objetivo principal es formar trabajadores capaces de prestar servicios profesionales de Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital, promoviendo y desarrollando condiciones y acciones para la adquisición de las capacidades profesionales implícitas en las funciones del rol;

Que el Consejo General de Cultura y Educación aprobó el despacho de la Comisión de Asuntos Técnico Pedagógicos en sesión de fecha 16 de abril de 2019 y aconseja el dictado del correspondiente acto resolutivo;

Que en uso de las facultades conferidas por el artículo 69, inciso e, de la Ley N° 13688, resulta viable el dictado del pertinente acto resolutivo;

Por ello,

EL DIRECTOR GENERAL DE CULTURA Y EDUCACIÓN

RESUELVE

ARTÍCULO 1º. Aprobar el Diseño Curricular del Curso de Formación Profesional de Capacitación Laboral: certificación “OPERADOR DE HERRAMIENTAS DE MARKETING Y VENTA DIGITAL” cuya fundamentación, estructura y certificación, obran como Anexo IF 2019-8757847-GDEBA-DFPDGCYE, que consta de ocho (8) páginas y forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2º. La presente resolución será refrendada por el Vicepresidente 1º del Consejo General de Cultura y Educación y el Subsecretario de Educación de este organismo.

ARTÍCULO 3º. Registrar esta resolución en la Dirección de Coordinación Administrativa. Notificar al Consejo General de Cultura y Educación, comunicar a la Subsecretaría de Educación, a la Dirección de Inspección General, a la Dirección de Educación de Gestión Privada, al Consejo Provincial de Educación y

Trabajo, a la Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, a la Dirección de Formación Profesional y a la Dirección Provincial de Evaluación y Planeamiento. Cumplido, archivar.

Digitally signed by MARTINEZ Diego Julio
Date: 2019.05.02 09:52:42 ART
Location: Provincia de Buenos Aires

Digitally signed by SICILIANO Sergio Hernan
Date: 2019.05.15 10:32:24 ART
Location: Provincia de Buenos Aires

Digitally signed by SANCHEZ ZINNY Gabriel Cesar
Date: 2019.05.15 17:24:02 ART
Location: Provincia de Buenos Aires

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE
JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS BS AS,
ou=SUBSECRETARIA para la MODERNIZACION DEL
ESTADO, serialNumber=CUIIT 30715471511
Date: 2019.05.15 17:24:04 -03'00'

CURSO DE CAPACITACIÓN LABORAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

OPERADOR DE HERRAMIENTAS DE MARKETING Y VENTA DIGITAL

I. Identificación del Rol Ocupacional: “**Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital**”

- Sector/es de actividad socio productiva: **Administración y Comercialización**
- Denominación del Rol Ocupacional: **Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital**
- Familia profesional: **Administración y Comercialización**
- Denominación del certificado de referencia: **Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital**
- Tipo de certificación: **Certificado de Capacitación Laboral**
- Carga horaria: **96 hs. reloj**

- **I. Identificación del Rol Ocupacional “Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital”**

Sector/es de actividad socio productiva: Administración y Comercialización

Denominación del Rol Ocupacional: Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital

Familia profesional: Administración y Comercialización.

Denominación del certificado de referencia: Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital

Ámbito de la trayectoria formativa: Formación Profesional

Tipo de certificación: Certificado de Capacitación Laboral

II. Descripción del puesto de trabajo o rol ocupacional que da referencia al curso.

El Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital interviene en la ejecución de estrategias de promoción de productos y/o servicios, mediante el manejo de herramientas, plataformas y otros medios digitales adecuados a esos fines. Para realizar esta intervención este operador:

- Conoce y utiliza plataformas web orientadas a la promoción por medios electrónicos de comercialización
- Selecciona herramientas, plataformas y medios de entorno digital
- Aplica herramientas de mercadeo digital
- Usa las redes sociales como medio de promoción de su propia actividad profesional, de terceros y/o de la organización en la que se desempeña
- Selecciona y utiliza herramientas de medición de audiencia
- Produce e interpreta informes de registro de métricas obtenidas

Los recursos que habitualmente utiliza para realizar esta actividad son buscadores (Google, Yahoo), plataformas de desarrollo, redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn), herramientas multimedia.

III. Justificación y descripción de las necesidades que se proyecta cubrir con el curso

La presente oferta de capacitación laboral está dirigida a trabajadores/as, que ejercen diversas actividades de producción y/o servicios, que necesiten fortalecer su actividad profesional mediante el uso de medios digitales de promoción. En consecuencia, esta

capacitación laboral puede alcanzar a trabajadores de cualquier especialidad que deseen potenciar su actividad mediante promoción de productos y servicios y venta digital.

IV. Objetivos de aprendizaje

- Conocer posibilidades, ventajas y desventajas de la comercialización, la publicidad y la comunicación en la web y dispositivos móviles
- Manejar herramientas de comercio electrónico y multimedia aplicables a redes sociales
- Analizar, identificar y seleccionar opciones publicitarias y de promoción, a implementar mediante redes y herramientas digitales, adecuadas para productos y/o servicios definidos
- Conocer y utilizar herramientas para el seguimiento, evaluación y mejora de estrategias de promoción y venta de productos y/o servicios
- Conocer y utilizar herramientas para elaborar y aplicar un plan de mercadotecnia de productos y/o servicios

V. Descripción de contenidos del curso

Bloques de Contenidos	Prácticas Formativas Profesionalizantes
<p>Herramientas en la construcción de estrategias de Marketing de Productos</p> <p>Mapa de la experiencia del usuario/cliente. Medios y canales adecuados para cada etapa. Canales en línea. Embudo de conversión.</p> <p>El usuario/cliente. Perfiles. Segmentos. Experiencia del usuario y su usabilidad.</p> <p>El negocio. Canales, medios, estrategias, tácticas. Métricas e indicadores aplicables a la evaluación y la selección de medios de promoción.</p>	<p>A partir de casos modelizados en base a propuestas y/o necesidades formuladas por las/os estudiantes, o de situaciones problemáticas y/o diseño existente seleccionados por el equipo docente, se implementarán prácticas en las que las/os estudiantes puedan:</p> <p>Definir y aplicar etapas del embudo de conversión</p> <p>Realizar la descripción de un perfil determinado de usuario/cliente</p> <p>Detectar necesidades y problemáticas de cada perfil</p> <p>Determinar aspectos claves de la usabilidad de la experiencia del usuario</p>

<p>Analítica Web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructuras de cuentas, tags y configuración <ul style="list-style-type: none"> - Estructura de perfiles y cuentas. - Niveles de accesos - Estructura del código de medición. - Eventos: Recorrido general sobre la información que podríamos obtener • Seguimiento , Canales , Reportes, Dimensiones, Segmentos <ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento de URLs - Recorrido profundo sobre la herramienta del módulo de adquisición: Métricas, Dimensiones, dimensiones secundarias a la vista de un reporte. • URLs : Estructura Métricas <p>Contenidos Digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conciencia de Marca - Embudo de conversión, etapas - Visión interna - Posicionamiento de Marca - Voz, Tono y personalidad de Marca. - Contenido Digital: <ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la comunicación: Objetivos, Utilidad de contenido, 	<p>Identificar el negocio. Determinar competidores, estrategias y mejores prácticas.</p> <p>Seleccionar indicadores clave de performance de marketing del negocio de acuerdo a respuestas obtenidas del cliente.</p> <p>A partir de situaciones problemáticas definidas por el equipo docente o a partir de casos reales se espera que los estudiantes puedan, partiendo de un modelo dado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usar herramientas de marcado para seguimiento de tráfico desde buscadores (GTM - Analytics) - Visualizar reportes - Determinar fuentes de tráfico para derivar tráfico al sitio. - Determinar las páginas de destino de estas acciones. - Implementar el seguimiento de acuerdo a especificaciones - Determinar estructura de URLs, y enlace entre cada uno de ellos, teniendo como foco la usabilidad y experiencia del usuario dentro del sitio <p>Revisar cada uno de los segmentos de la plataforma. Crear Reportes. Configurar canales de acuerdo a la necesidad de medición y seguimiento Optimizar campañas de acuerdo a la medición obtenida.</p> <p>A partir de situaciones problemáticas definidas por el equipo docente o a partir de casos reales las/os estudiantes generarán contenido relevante de acuerdo al negocio/servicio y perfil del cliente. Mediante estas prácticas específicas de contenidos y formatos que se llevarán adelante teniendo como guía la matriz de contenidos.</p>
--	--

<p>Estrategia, Tácticas (Matriz de contenidos). - Características: Relevancia, Segmentación, Dosis de Información</p> <p>Marketing en Redes Sociales</p> <p>Medios sociales orgánicos - Redes Sociales: - Diferencial de cada plataforma, su uso, tamaño - Estrategia en redes sociales</p> <p>Herramientas sociales Hootsuite Tweetdeck Social Listening Canva Herramientas que van a permitir escalar el trabajo de publicaciones y producción de contenido para las redes</p> <p>Publicidad en medios digitales</p> <p>Tipos de Medios: Objetivos y funciones. Estructura de campañas. Subasta. Compra por alcance y frecuencia. Formatos de anuncios. Administración y edición de anuncios. Medición y estadísticas. Informes. Base de eventos. Palabras clave. Segmentación</p>	<p>Crear contenidos para subir al sistema de gestión de contenidos.</p> <p>A partir de situaciones problemáticas definidas por el equipo docente o a partir de casos reales se espera que los estudiantes puedan, partiendo de un modelo dado:</p> <p>Identificar Redes Sociales más relevantes de acuerdo a su tipo y función Establecer el diferencial de cada plataforma, para qué usar cada una de ellas y tamaño. Determinar objetivos a lograr a través de redes sociales. - Determinar los segmentos de usuarios a los que se busca alcanzar. - Determinar que Redes se utilizarán para lograr el objetivo. - Comprender la gestión de las redes sociales</p> <p>A partir de situaciones problemáticas definidas por el equipo docente o a partir de casos reales las/os estudiantes realizarán anuncios digitales de acuerdo al negocio/servicio y perfil del cliente. Mediante estas prácticas se espera que el / los estudiantes puedan: Administrar y editar anuncios. Seleccionar formatos, medios y ubicaciones en los medios más relevantes. Realizar Medición y estadísticas. Generar Informes.</p> <p>Utilizar recursos audiovisuales para correr pauta en Display, teniendo en cuenta: Objetivo, Comunicación, Voz, Tono de Marca, Atributos de Marca. Definición de palabras clave principales. Creación de una cuenta</p>
--	--

	<p>manual y una campaña en adwords.era que el / los estudiantes pueda/n:</p> <p>Entender el embudo y etapas en las que aporta la estrategia de contenidos.</p> <p>Trabajar sobre plantillas, determinando marca, voz de marca, tono, temática de contenidos.</p> <p>Determinar objetivos y acciones</p>
--	---

VI. Entorno formativo

El curso se llevará a cabo en un aula con conexión a internet y al menos un dispositivo para el docente para mostrar con ejemplos prácticos la aplicación de los conocimientos.

Para las prácticas de enseñanza a desarrollarse en el aula se requiere una superficie de 2 m2 como mínimo por estudiante en grupos no mayores de 15 estudiantes por docente.

Ventilación natural para garantizar la renovación del aire conforme al código de edificación vigente. Climatización adecuada. Aislamiento de aquellas habitaciones en que el ruido supera el admitido por la normativa vigente.

El aula deberá contar con sillas/taburetes ergonómicas, mesas con lugar suficiente para que los estudiantes puedan apoyar elementos de escritura. De ser metálicas, deberán estar rígidamente a masa.

Se recomienda la utilización de mobiliario modular para permitir la reconfiguración del mismo con la finalidad de facilitar el trabajo individual o en grupos.

Armarios, estanterías, gabinetes y cajoneras para alojar documentación técnica y componentes, necesarios para lograr que el dictado de las clases sea operativo y eficiente.

Bibliografía específica en distintos tipo de soporte. Pizarra. Proyector y pantalla.

Para facilitar la reposición del software, así como solucionar otros inconvenientes que se puedan presentar, los equipos de computación tienen que estar vinculados a través de una red de datos que abarque todos los equipos de uso educativo del centro de FP. Tiene que contarse con un Servidor de Red Genérico que brinde servicios de respaldo de imágenes del software instalado en las estaciones de trabajo y permita restaurar en poco tiempo a todo el laboratorio.

Se debe disponer de una conexión de Internet para este servidor, el que podría actuar como Proxy server para el resto de las estaciones de trabajo, a fin de minimizar la demanda de accesos.

El servidor, o una máquina seleccionada que opere bajo control docente, puede administrar la cola de impresión de una única Impresora Electrofotográfica Estándar láser de ser posible y dispositivos para lectura/grabación de discos removibles o de

características no comunes, que permitan el intercambio de ciertos archivos. Este laboratorio se completa con un Scanner de página completa y un cañón que permita realizar proyecciones desde la máquina docente.

Perfil docente

Profesional del área Administración y Comercialización que posea formación específica en los contenidos enunciados en este diseño, con formación pedagógica, que califique su ingreso y promoción en la carrera docente

VII. Prácticas formativas profesionalizantes:

En relación al desarrollo de las prácticas formativas profesionalizantes, el diseño curricular de la capacitación laboral del Operador de Herramientas de Promoción y Venta Digital define un conjunto de prácticas formativas que se deben garantizar a partir de un espacio formativo adecuado, con todos los insumos necesarios y simulando un ambiente real de trabajo para mejorar la significatividad de los aprendizajes. En todos los casos las prácticas deben ser organizadas, implementadas y evaluadas por el centro de formación profesional y estarán bajo el control de la propia institución educativa y de la Dirección General de Cultura y Educación de la Pcia. De Buenos Aires, quien a su vez certificará su realización.

Las prácticas pueden asumir diferentes formatos, pero sin perder nunca de vista los fines formativos que se persiguen con ellas. La implementación y el desarrollo del Operador de Herramientas de Promoción y Venta Digital deberán garantizar la realización de las prácticas profesionalizantes definiendo en el diseño curricular los recursos necesarios para las mismas. Dichas prácticas resultan indispensables para poder evaluar las capacidades de esta formación.

VIII. Evaluación

La evaluación es una de las tareas centrales en los procesos de enseñanza y aprendizaje que se da durante los cursos de Formación profesional. La evaluación consiste en el registro, análisis, e interpretación de información sobre el aprendizaje, y el uso de esa información para emitir juicios de valor y tomar decisiones pedagógicas adecuadas. Su función esencial es la de retroalimentación, tanto del aprendizaje, como de la enseñanza. Por lo tanto, acompaña a ambos procesos en cada etapa del desarrollo del curso: al inicio, durante, al final.

Al iniciar un nuevo proceso de enseñanza, los docentes evaluarán las capacidades y saberes con que ya cuentan los alumnos, como también la síntesis explicativa y los contenidos. Esta evaluación inicial permitirá conocer el punto de partida de los alumnos y favorecerá la organización de los contenidos y la elaboración de las secuencias de actividades con las que se orientarán los aprendizajes.

Es indispensable que los docentes informen y compartan con los alumnos las capacidades a alcanzar durante el desarrollo del curso, los avances que se esperan en cada etapa de aprendizaje, de igual forma, a través de qué indicadores se los evaluará, y qué criterios guiarán la emisión de juicios de valor. Durante el proceso de enseñanza, los docentes realizarán un seguimiento respecto de cómo los alumnos aprenden a hacer haciendo y reflexionando sobre ese hacer, de modo de comprobar si las estrategias

didácticas propuestas facilitan la integración del “saber” y el “saber hacer” por parte de los alumnos. Como parte de la evaluación formativa, los docentes identificarán los avances y las dificultades evidenciadas en los procesos de aprendizaje, mientras los alumnos intentan desarrollar las capacidades previstas.

Una de las técnicas más utilizada para esta etapa de evaluación de proceso o evaluación formativa suele ser la observación directa. Para darle más confiabilidad a la observación, se sugiere la elaboración de indicadores y de instrumentos de registro, que permitan sistematizar la información sobre los cambios en las capacidades de los alumnos. Esto posibilitará al docente ir informando (retroalimentando) al alumno sobre los ajustes que necesita realizar en el proceso de aprendizaje, y a sí mismo sobre las estrategias didácticas implementadas durante el proceso de enseñanza de los contenidos, de modo de ir aproximándose al logro de las capacidades planteadas.

Al final el proceso de abordaje de un tema, los docentes deben contrastar los aprendizajes alcanzados con las capacidades formuladas, sin dejar de tener presente los diversos puntos de partida de los alumnos. Para ello, podrán recurrir a diferentes técnicas (observación directa, evaluaciones escritas, presentación de proyectos, presentación de las producciones elaboradas). Las conclusiones de la evaluación final sirven como base para la toma de decisiones de acreditación y para ratificar o rectificar las decisiones didácticas con las que los docentes guiaron su enseñanza. Es importante que en cada etapa se evalúe el desempeño global de los alumnos, tomando como referencia las capacidades enunciadas en el perfil profesional, a partir de indicadores sobre: su saber hacer (procedimientos) sus conocimientos, su “saber ser”, y sus actitudes respecto de las actividades de aprendizaje propuestas, como en la relación con sus pares y docentes.

Además, es preciso proponer diferentes modalidades de evaluación con las que complementar la heteroevaluación (evaluación realizada por el docente), con instancias de coevaluación (evaluación realizada entre pares) y de autoevaluación (evaluación realizada por el alumno sobre el propio desempeño) Estas modalidades de evaluación permitirán a los alumnos ir asumiendo mayor protagonismo y compromiso con su propio aprendizaje y harán posible la adopción de actitudes transferibles a sus futuras capacidades profesionales.

IX. Referencial de ingreso

El aspirante deberá haber completado el nivel de la Educación Primaria, acreditable a través de certificaciones oficiales del Sistema Educativo Nacional (Ley N^o 26.206).



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
2019 - Año del centenario del nacimiento de Eva María Duarte de Perón

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: Corresponde Expte N° 5811-3045576/19. Diseño curricular "operador de herramientas de Marketing y ve nta digital"

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 8 pagina/s.

Digitally signed by WAHLBERG Veronica Laura
Date: 2019.04.08 17:22:39 ART
Location: Provincia de Buenos Aires

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS BS AS, ou=SUBSECRETARIA para la MODERNIZACION DEL ESTADO, serialNumber=CUIT 30715471511
Date: 2019.04.08 17:22:41 -03'00'