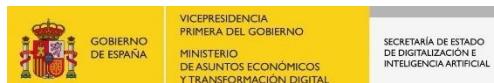


SYLLABUS

PROGRAMA DE FORMACIÓN

“Generación Digital, Agentes del cambio”

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA
Inversión 3 Componente 19



Programa formativo “Generación Digital, Agentes del cambio”

PRESENTACIÓN

La digitalización es hoy la base fundamental donde residen las mayores ganancias en crecimiento y competitividad para las empresas. Las necesidades de digitalización en las empresas requieren a su vez de profesionales altamente cualificados que les ayuden en su transformación digital. Esto pasará por abordar los cambios que deben producirse en las personas, en las organizaciones y los modelos de negocio, más allá del uso de una tecnología en concreto.

El objetivo de este programa es

- Ofrecer a los participantes los conocimientos y habilidades necesarias para su incorporación al mercado laboral como agentes de transformación digital, desarrollando e implementando la hoja de ruta de la Digitalización de la Pyme.
- Dotar al tejido empresarial de talento con la capacidad de implementar actuaciones concretas y específicas bajo un Plan de Acción.
- Disminuir la brecha digital por cuestiones de género incrementando el número de mujeres formadas y trabajadoras en el sector TIC.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

El programa de Generación Digital-Agentes del Cambio, tendrá una equivalencia mínima de 15 ECTS, lo que implica una carga de horas de aprendizaje para el alumnado de 375horas, con al menos 150 horas de formación presencial o en presencia virtual con la siguiente distribución en contenidos y horas:

MÓDULOS	HORAS LECTIVAS
SESIONES FORMATIVAS	140
1. GESTIÓN EMPRESARIAL Y ESTRATÉGICA	20
1.1. Transformación Digital de la Pyme	
1.2. Competencias básicas de gestión empresarial	
1.3. Nuevos modelos de negocio	
1.4. Gestión del cambio y cultura	
1.5. Hoja de ruta	
2. INNOVACIÓN	25
2.1. Creatividad, diseño e innovación	
2.2. Metodologías ágiles	
2.3. Herramientas digitales de trabajo colaborativo	
3. LOS PROCESOS CON EL CLIENTE	40
3.1. Experiencia de Cliente y de Producto	
3.2 Proceso de información y decisión: Marketing 360º	
3.3 Proceso de compra y entrega: Pago y logística	
3.4 Proceso de postventa y la transformación de los canales	
4. TECNOLOGÍA Y HABILITADORES DE LA TRANSFORMACION DIGITAL	45
4.1. Analítica, Business Intelligence y Big Data	
4.2. Tecnologías e infraestructuras	
4.2.1 Principales tendencias en la transformación de los sistemas	
4.2.2 Cloud	
4.2.3 Ciberseguridad	
4.2.4 Habilitadores tecnológicos	
4.2.5 Tecnologías de marketing y gestión: CRM, ERP,...	
4.3 KITDIGITAL: servicios, procedimiento de solicitud y aplicación	
Exposiciones de los proyectos	
5. HABILIDADES (SOFT SKILLS)	10
5.1. Competencias personales para el desempeño profesional como agentes del cambio	
MENTORIZACIÓN	10
Mentorización de proyecto técnico	10

Todos los participantes, durante la realización del programa, deberán realizar el MOOC “Generación Digital” de 4 horas. Este MOOC sienta las bases del marco conceptual del programa y finaliza con un cuestionario de nivelación de conocimientos.

El resto de las horas hasta completar los 15 ECTS son HORAS ESTIMADAS DE TRABAJO DEL ALUMNO de aprendizaje autónomo, realización casos prácticos, desarrollo del proyecto y actividades complementarias.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: GESTIÓN EMPRESARIAL Y ESTRATÉGICA

Modalidad Presencial/presencia virtual

Nº de horas 20 h.

Competencia General

Conocer las exigencias de la pyme ante la nueva realidad digital y los beneficios que puede aportar la transformación digital para la correcta integración en una pyme.

Conocer los elementos básicos de un plan de transformación digital, su impacto en toda la organización y saber cómo coordinar las distintas áreas de la Pyme para su implementación, utilizando para ello la Hoja de ruta propuesta y definida para tal fin.

Competencias específicas

- Tener una visión global de la gestión empresarial que les permita desarrollar su actividad con máxima eficacia, creatividad y responsabilidad.
- Saber cómo identificar las necesidades específicas de una organización y contribuir en la realización de diagnósticos y propuestas de soluciones óptimas de aplicación.
- Poder aportar propuestas que ayuden a la toma de decisiones.
- Entender que las empresas deben elegir bien dónde deben competir en base a sus capacidades diferenciales y qué partners pueden complementar estas capacidades.
- Saber cómo se pueden potenciar los nuevos modelos de negocio, resultado de la hibridación entre el mundo físico y el mundo digital, y con foco en la sostenibilidad.
- Conocer las líneas de actuación en materia de gestión de personas para expandir la cultura digital y posibles formas de trabajo y comunicación a implementar que favorezcan el cambio.
- Trabajar los diferentes aspectos de la hoja de ruta de la transformación digital de una pyme para ayudarlas a implementarlos.

Contenidos:

1.1. Transformación Digital de la Pyme.

- ¿Por qué transformar digitalmente una organización?
- Estrategia digital como palanca de crecimiento.
- Amenazas y oportunidades de la digitalización.

1.2. Competencias básicas de gestión empresarial.

- Análisis operativo y estratégico: qué, quién, cómo, valor.
- Marco financiero.
- Herramientas de decisión. Análisis DAFO e intro al Canvas.
- KPIs y medición de resultados.

1.3. Nuevos modelos de negocio.

- El cliente como centro del modelo de negocio.
- Desarrollo de ecosistemas como factor clave.
- Sostenibilidad en los diferentes sectores económicos.

1.4. Gestión del cambio y cultura.

- Visión Global y Estratégica de la gestión de personas.
- Modelos organizativos, comunicación interna.
- Cultura organizacional. Gestión del miedo al cambio.
- Talento- identificación de necesidades, capacitación. “internal early adopters”.

1.5. Plan de Transformación digital de la empresa. PROYECTO

- Presentación metodología de trabajo del programa a través de un proyecto técnico de implantación de cambio y transformación digital en una empresa tipo.
- Elementos del Plan de Transformación Digital (PTD) u hoja de ruta de transformación digital de una pyme.

Relación del contenido con el Proyecto:

Después de este primer módulo los participantes podrán trabajar en los siguientes aspectos del plan de transformación digital y aplicarlos a la empresa de elección sea real o ficticia sobre la que han decidido trabajar:

Diagnóstico y objetivos estratégicos:

- ¿Por qué transformar la organización?
- Análisis interno y externo de la organización.
- Definición de principales áreas de actuación.

MÓDULO 2: INNOVACIÓN

Modalidad Presencial/presencia virtual

Nº de horas 25 h.

Competencia General:

Entender que para mejorar la adaptación al cambio es necesario implantar nuevos marcos y metodologías de trabajo.

Competencias específicas:

- Apoyar el impulso de la innovación como palanca de diferenciación e identificar el ecosistema innovador externo que puede aportar valor a cada pyme.
- Conocer, y saber aplicar, la herramienta de Busines Model Canvas como herramienta de diseño de la oferta de valor de la empresa, definición e identificación del cliente y determinación de todas las características imprescindibles del modelo de negocio.
- Conocer las metodologías de trabajo y de gestión de proyectos ágiles, que permiten un ahorro de tiempo y de costes, un aumento de la productividad y una mejor gestión de los todos los recursos.

Contenidos:

2.1. Creatividad, diseño e innovación.

- Ecosistemas de innovación.
- Introducción a la Ideación y Design Thinking.
- Business ModelCanvas y Lienzo de propuesta de valor.

2.2. Metodologías ágiles.

- La empresa ágil: Transparencia, Inspección y Adaptación.
- Metodología OKRs
- Kanban y Scrum

2.3. Herramientas digitales de trabajo colaborativo:

- Optimización de la comunicación interna o con el cliente (Slack, Mailchimp, Chatbox)
- Gestión de tareas (Trello, Basecamp3...)
- Herramientas creativas en la nube: Canva, Spark...

Relación del contenido con el Proyecto:

Tras estas sesiones los participantes podrán trabajar en los siguientes aspectos del plan de transformación digital:

- ¿Cómo debe ser el modelo de negocio?: **Lienzo de Modelo de Negocio.**

MÓDULO 3: LOS PROCESOS CON EL CLIENTE

Modalidad	Presencial/presencia virtual
Nº de horas	40h.

Competencia General:

Saber cómo incrementar y fidelizar clientes en este nuevo contexto digital, atrayéndoles y optimizando su experiencia con la empresa en todos los momentos de su relación con la misma.

Competencias específicas:

- Situar al cliente como eje del modelo de negocio.
- Conocer los procesos de contacto/interacción con el cliente y los cambios y oportunidades debido a la digitalización.
- Saber diseñar un plan de experiencia de cliente en todos los momentos de su relación con la empresa
- Saber optimizar el proceso de generación de tráfico con la introducción de nuevas herramientas de marketing digital.
- Entender cómo es posible maximizar la ratio de conversión del *funnel* de venta a través de la adecuada gestión de los procesos de información, decisión, compra y entrega al cliente.
- Poder diseñar los elementos que configuran una satisfactoria experiencia de postventa para el cliente.

Contenidos:

3.1. El cliente en la nueva era digital

3.2. Experiencia de cliente y de producto

- Introducción a Customer Experience como estrategia de negocio
- Definición del Buyer persona
- Mapa de experiencia de cliente o Customer journey

3.3. Proceso de información y decisión: Marketing 360º

- Generación de tráfico: buscadores, publicidad display, publicidad programática
- Growth Hacking.
- Inbound Marketing.
- Estrategias de generación de contenidos.
- Herramientas de personalización.

3.4. Proceso de compra y entrega: Pago, y logística.

- La evolución del proceso de compra y entrega.
- Organización y plataformas tecnológicas eCommerce- Marketplaces.
- Métodos de pago.
- Logística y entrega.

3.5. Proceso de postventa y fidelización del cliente

- Canales de atención postventa.
- Satisfacción del cliente y análisis del "Customer Journey".
- Nuevos canales postventa digitales y digitalización canales tradicionales.

Relación del contenido con el Proyecto:

Durante estas sesiones los participantes podrán trabajar en los siguientes aspectos del plan de transformación digital

- ¿Cómo es "el cliente"? Descripción del perfil del cliente- **buyer persona y mapa de empatía**.
- ¿Cómo es la experiencia de mi cliente en los distintos momentos de interacción?: **Mapa de Experiencia de Cliente**.

MÓDULO 4: TECNOLOGÍA Y HABILITADORES DE LA TRANSFORMACION DIGITAL

Modalidad	Presencial/presencia virtual
Nº de horas	45h.

Competencia General:

Conocer las principales tecnologías disponibles para ayudar a las empresas a conectar mejor con sus clientes, automatizar los procesos, tomar mejores decisiones e innovar para construir valor.

Competencias específicas:

- Entender el uso del Business Intelligence y el Big Data para reducir el uso de la intuición en la toma de decisiones.
- Saber cómo identificar e interpretar datos con el objetivo de extraer conclusiones que ayuden a la toma de decisiones estratégicas.
- Conocer las principales herramientas digitales que las empresas tienen a su disposición para lograr la transformación digital: Hardware, software, plataformas y aplicaciones en cloud que ayudan a mejorar la capacidad de adaptación al mercado y que apoyan todo el proceso de transformación digital de cualquier empresa.
- Conocer los servicios, procedimiento de solicitud y aplicaciones del Kit Digital en las pymes.

Contenidos:

4.1. Analítica, Business Intelligence y Big Data -

- Cadena de valor del dato.
- Beneficios del uso de datos en una organización.
- Sinergias con otras tecnologías (cloud, inteligencia artificial, etc.).
- Machine Learning y algoritmos.
- Herramientas de visualización de datos.

4.2. Tecnologías e infraestructuras –

- Principales **tendencias** en la transformación de los sistemas.
- **Casos de éxito** de aplicación de tecnologías disruptivas a pymes.
- **Cloud.**
 - Cloud como herramienta clave para la transformación de las empresas.
 - Tecnologías básicas: la virtualización.
 - La infraestructura como servicio (IaaS): Servicios básicos (computación y almacenamiento).
 - El software como servicio (SaaS): Aplicaciones en Cloud. Casos de Éxito.
- **Ciberseguridad**
 - Principales amenazas en internet
 - Herramientas y soluciones de ciberseguridad
 - Marcos de gestión para la prevención, protección, respuesta y gobierno
- **Tecnologías de marketing y gestión: CRM, ERP...**
 - Qué es un ERP y cuáles son los principales ERPs.
 - Implementación de ERPs. Outputs de un ERP.
 - Indicadores de Control de Gestión. KPIs. Manejo de los KPIs dentro de la empresa.
- **Habilitadores tecnológicos:**
 - IoT
 - Fabricación aditiva y escáner 3D
 - Simulación y modelado Integración horizontal y vertical
 - Realidad aumentada y virtual
 - Automatización y robotización.

4.3. KITDIGITAL: servicios, procedimiento de solicitud y aplicación en las pymes

4.4. Presentación de proyectos – presentación por cada grupo de trabajo o participante, de su plan de transformación digital de la pyme al resto de participantes y tutor o docente responsable.

Relación del contenido con el Proyecto:

Tras estas sesiones los participantes podrán trabajar en los siguientes aspectos del plan de transformación digital

- **Objetivos** de transformación en cada uno de los campos de acción de la transformación digital
- Iniciativas a desarrollar y herramientas/tecnologías a implantar o mejorar para alcanzarlos
- **El lienzo de transformación digital**

MÓDULO 5: HABILIDADES SOFT

Modalidad	Presencial/presencia virtual
Nº de horas	10 h.

Competencia General:

Identificar y potenciar las competencias personales para el desempeño profesional como agentes del cambio de la transformación digital.

Competencias específicas:

- Perfeccionar y potenciar a través de roleplays y casos prácticos, los niveles de puesta en práctica de las principales competencias personales necesarias para el desempeño profesional como agentes facilitadores del cambio de la transformación digital de una pyme.
- Desarrollar habilidades de liderazgo, espíritu emprendedor y asunción de riesgos como elementos que contribuirán a la anticipación de las nuevas necesidades del mercado y a la creación de organizaciones más competitivas y sostenibles.

Contenidos:

5.1. Comunicación

- Comunicación en entornos interdisciplinares.
- Comunicación en entornos presenciales y virtuales.
- Saber dar y recibir feedback.
- Empatía, asertividad y escucha activa para mejorar la comunicación.
- Gestión del tiempo en las comunicaciones: E-mail, Whatsapp, etc.

5.2. Trabajo en equipo

- Trabajo colaborativo, interdependencia.
- Respeto mutuo, confianza y apoyo continuo entre personas y entre departamentos/áreas...
- Compromiso con el equipo.

5.3. Adaptación

- Flexibilidad en entornos cambiantes.
- Innovar y ser generadores de oportunidades de cambio.
- Pensamiento crítico.
- Saber cómo estar actualizado y fomentar el aprendizaje rápido.

5.4. Liderazgo

- Negociación.
- Gestión del propio tiempo y del tiempo ajeno.
- Trabajar con visión de futuro.
- Analizar la relación coste / beneficio en propuestas y recomendaciones.
- Favorecer en los equipos la gestión del cambio.

MENTORIZACIÓN DE PROYECTO TÉCNICO

Modalidad	Presencial/presencia virtual
Formato	Individual o en grupos de máximo 4 alumnos
Nº de horas	10h.

Tutorías de acompañamiento a los participantes para la elaboración de un proyecto técnico de implantación de cambio y transformación digital en una empresa tipo o en los casos de participantes que trabajan en pyme, de su propia empresa.

METODOLOGÍA

El programa abarca un amplio contenido en pocas horas y está definido para perfiles heterogéneos, por lo que la metodología de impartición del programa debe contemplar varios aspectos:

- Se debe tener siempre presente la finalidad última del programa que es la de la incorporación a empresas o recualificación de los participantes que ya trabajan en pymes, como agentes facilitadores del cambio y la transformación digital.
- El profesorado debe llevar al aula los ejemplos de casos reales de éxito de aplicación de tecnologías disruptivas en pymes.
- Durante el programa se deben presentar ejemplos que afecten a pymes de diferentes sectores productivos: agroalimentaria, industrial, tecnológica, del sector servicios o consumo.
- El módulo 5 de soft skills será transversal en el tiempo al resto de contenidos técnicos para ir aplicando en los role plays los contenidos técnicos del programa.
- Todo el profesorado debe conocer los hitos del proyecto y el modelo de hoja de ruta del plan de transformación digital de una pyme. Así, aunque de manera específica se trabajará en las tutorías de proyecto, durante los diferentes módulos se abordará el conocimiento de las diferentes herramientas, estrategias y metodologías de trabajo que precisarán manejar en dicho proyecto y en sus futuros puestos laborales.
- El aprovechamiento pleno del programa precisa necesariamente del trabajo personal del alumnado fuera del aula para el desarrollo del proyecto y la lectura y visionado de materiales complementarios a los expuestos en las sesiones lectivas.

PROYECTO- PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE UNA PYME*

Para el desarrollo del proyecto se podrá partir de la necesidad de una empresa real, pudiendo ser en la que trabaje alguno de los participantes del grupo de trabajo (evitando aportar datos de negocio reales que vulneren la confidencialidad de la misma), o bien sobre una empresa tipo con unas necesidades planteadas desde la entidad formativa, siendo enriquecedor que se trabajen en cada programa ejemplos de diferentes sectores: pyme agroalimentaria, industrial, tecnológica, del sector servicios o consumo.

El proyecto tiene la finalidad de simular cómo será el acompañamiento al equipo de una pyme responsable de la implementación de la hoja de ruta o plan de transformación digital según el modelo adjunto. Esta hoja de ruta ayudará a impulsar su productividad, competitividad y posibilidades de crecimiento e internacionalización.

Alcance del proyecto y entregables:

- Diagnóstico y reflexión estratégica inicial, sobre el grado de digitalización de la pyme.
 - Conocer la herramienta de diagnóstico a utilizar para obtener el nivel de madurez digital de la empresa.
 - Análisis Externo: estrategias, modelos de negocio y productos ofrecidos por competidores y empresas innovadoras.
 - Definición inicial de principales áreas de actuación.
- Procesos con el cliente.
 - Definición del perfil de cliente: descripción del perfil del cliente “tipo” -buyer persona y mapa de empatía.
 - Lienzo de Modelo de Negocio (Business Model Canvas): representación de cómo la empresa crea, entrega y captura valor.
 - Mapa de experiencia de cliente o Customer journey: representación de los aspectos determinantes en cada una de las etapas de contacto de un cliente (real o potencial) con la empresa.

- Ámbitos de acción para la transformación:
 - Lienzo de Transformación digital: actuaciones en 7 ámbitos para alcanzar los objetivos perseguidos.
 - Cliente como centro.
 - Tecnologías.
 - Nube y Datos
 - Negocio digital.
 - Ingeniería de Procesos.
 - Liderazgo y cultura digital.
 - Marketing digital.
 - Resumen de las tecnologías a mejorar o implantar.
- Plan de acción:
 - Marcar los objetivos y KPI's: objetivos a alcanzar a corto y medio plazo e indicadores de medición.
 - Matriz de priorización de iniciativas “quick-wins”.
 - Concreción de actuaciones del plan: iniciativas, tareas, plazos, responsables y presupuestos de las acciones a desarrollar.
 - Constitución y formación del equipo que liderará el cambio.

*Un modelo o plantilla a seguir para la elaboración del plan de transformación digital de la pyme, será facilitado a las Entidades Formadoras beneficiarias, en la primera reunión de trabajo con EOI.