

MÓDULOS FORMATIVOS Y ESPECIALIDADES SECTOR TEXTIL Y MODA



1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO DE LA PROPUESTA FORMATIVA	3
2. FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA PUESTO DE TRABAJO	4
3. CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA PUESTO DE TRABAJO	11
4. PROPUESTA DE NUEVOS MÓDULOS Y ESPECIALIDADES	35
4.1. Conclusiones de la formación disponible por puesto.....	35
4.2. Propuesta de módulos formativos.....	37

1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO DE LA PROPUESTA FORMATIVA

A partir del estudio de la transformación y evolución de los puestos de trabajo del sector Textil y Moda llevado a cabo en la Fase 2 de los trabajos, se han identificado los siguientes puestos de trabajo, así como una aproximación de la evolución de los mismos.

Puestos de trabajo más demandados actualmente:

- Patronista
- Operario textil
- Operario de almacén
- Responsable de marketing
- Gestor e-commerce

Puestos de trabajo que pueden desaparecer:

- Dependiente/a

Puestos de trabajo que se están transformando:

- Diseñador/a
- Patronista
- Ingeniero de proyectos
- Encargado de almacén
- Responsable de marketing
- Técnico de marketing
- Gestor e-commerce

2. FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA PUESTO DE TRABAJO

A partir de la matriz de ocupaciones actuales del sector y de los perfiles profesionales, se ha realizado un análisis de la formación actual (certificados de profesionalidad y especialidades formativas) disponibles en la actualidad para aquellos puestos que están en proceso de transformación o en riesgo de desaparición.

TABLA 1. PUESTOS EN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

Puestos	Perfil profesional						
	Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidad identificados	Especialidades formativas identificadas
Diseñador/a	Grado en Diseño de moda. Formación profesional (ciclo superior) en diseño de moda o patronaje y moda,	Formación en patronaje Valorable: master o cursos de especialización en diseño textil (ej. Diseño Textil y de Superficies, Diseño de Moda, Fashion Styling and Communication, Accessories Design, Tecnología e Innovación Textil, Diseño Digital Aplicado a la Moda)	Formación en sistemas de gestión/herramientas digitales de metodología colaborativa. Conocimientos/formación en programas digitales de diseño (ej. Illustrator, Photoshop, Lightroom, CaptureOne Avanzado, Prestashop, Modelado poligonal con software 3D)	Creación y desarrollo de producto, panel de tendencias y colección. Desarrollo de prendas. Interpretación de tendencias de temporada. Proyección de colecciones en vestido y complementos. Colaboración en la selección de la paleta de colores, tejidos, fornituras, volúmenes y looks representativos para cada campaña. Entender y conceptualizar el target de los clientes, en cuanto a gustos y preferencias para realizar las colecciones. Desarrollo de muestras, elaborando las correspondientes fichas técnicas y supervisando las posibles modificaciones de producción Presentar la colección al cliente, trabajar sobre feedback y mantener buenas relaciones con los clientes.	Compromiso, implicación, proactividad, dinamismo, creatividad, responsabilidad, capacidad de organización y orientación al cliente. Dotes comunicativas.	- Diseño técnico de estampación textil (630h) - Patronaje de artículos de confección en textil y piel (780h)	- Estampación digital textil (60h) - Estampación y ennoblecimiento textil (20h) - Producto y tecnología textil (90h) - Diseño gráfico textil (150h) - Diseño y fabricación de marroquinería (600h) - Diseño de pisos para calzado asistido por ordenador (120h) - Diseño de tacones asistido por ordenador (IcadTAC). Nivel I (20h) - Diseño asistido por ordenador con AUTOCAD (50h) - Diseño y maquetación con Adobe Indesign (60h)

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Puestos	Perfil profesional						
	Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidad identificados	Especialidades formativas identificadas
				Conocimiento y capacidad de análisis e identificación de las tendencias globales de moda. Comunicación y negociación interna con departamentos transversales			
Patronista	Formación Profesional de Grado Superior o medio en la rama textil, confección industrial, patronaje y moda. Curso de patronista y confección	Conocimientos en diseño de moda Conocimientos de telas en general. Valorable: curso de patronista industrial. Conocimientos y manejo de programas de patronaje.	Conocimiento sobre nuevas tecnologías y herramientas tecnológicas: conocimientos y manejo de programas de patronaje. Programas de Diseño asistido por Ordenador	Elaborar patrones base a partir de muestra física Digitalización y marcadas en software de patronaje Elaboración de fichas técnicas de los patrones Verificación que el patrón sea técnicamente viable y compatible con la muestra Comprobación del ensamblado de las piezas cortadas Compras relacionadas con insumos de materiales.	Trabajo en equipo, proactividad, organización, dinamismo, orientación a la gestión y a resultados, orientación al cliente, comunicación eficaz y motivación por la mejora continua.	- Patronaje de artículos de confección en textil y piel (780h) - Patronaje de calzado y marroquinería (750h)	- Patronaje Industrial (30h) - Producto y tecnología textil (90h) - Diseño y fabricación de marroquinería (600h) - Patronaje de calzado asistido por ordenador (IcadPAT) (80h)
Responsable de marketing	Grado universitario. Master en Marketing	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés	Herramientas de Business Intelligence y CRM Análisis de datos- Big Data	Desarrollo y mantenimiento en el diseño de la estrategia de comunicación y en el plan de marketing anual. Seguimiento y análisis de KPIs Diseño de creatividades y material fotográfico en diseño web Redacción de contenidos y gráfico para rrss Soporte rrpp, ferias y eventos Coordinar acciones de Marketing del producto, proponiendo unas soluciones digitales consensuada a las necesidades de campañas/comunicaciones que surjan.	Creatividad, dinamismo, organización, capacidad analítica y con capacidad de gestionar y trabajar en equipo. Capacidad de organización y orientación al cliente	- Gestión de Marketing y Comunicación (810h)	- Plan de marketing y organización de ventas (35h) - Planificación de marketing (30h) - Plan de marketing directo y fidelización de clientes (25h) - Técnicas de marketing on line, buscadores, social media y móvil (90h) - Marketing on line: diseño y promoción de sitios web (30h)

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Puestos	Perfil profesional						
	Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidad identificados	Especialidades formativas identificadas
				Coordinación entre los equipos de Marketing (internos y externos) y la empresa.			<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos del plan de marketing en internet (30h) - Marketing estratégico digital (50h) - Gestión del marketing 2.0 (90h) - Cómo elaborar un plan de marketing digital (50h) - Estrategias de venta omnicanal y experiencia de cliente (30h) - Gestión logística y e-commerce management para marketplaces (250h) - Herramientas en internet: comercio electrónico (80h)
Técnico de marketing digital	Ciclo superior en marketing y publicidad	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés Conocimientos en marketing digital, ventas y RRSS. Conocimiento/experiencia en el uso de herramientas de	Conocimiento funcional del SEM, así como ecosistemas digitales a nivel de landing, promociones, modificaciones de procesos, funcionamiento de canales, etc. Conocimientos SEO, SEM, Mailing, Google Tag, Google	Dar soporte al responsable del departamento de marketing para el desarrollo de la estrategia. Gestionar y generar contenido de las RRSS de la compañía. Planificar los medios digitales. Hacer seguimiento de social media y analizar los datos para la optimización de campañas digitales. Diseño de estrategias de Marketing, gestión de canales Análisis de resultados, realización de informes, optimización y reporte del funcionamiento de campañas y canales.	Creatividad, dinamismo, organización, capacidad analítica y con capacidad de trabajar en equipo	- Gestión de Marketing y Comunicación (810h)	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de marketing y organización de ventas (35h) - Plan de marketing directo y fidelización de clientes (25h) - Técnicas de marketing on line, buscadores, social media y móvil (90h) - Marketing on line: diseño y promoción de sitios web (30h)

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Puestos	Perfil profesional						
	Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidad identificados	Especialidades formativas identificadas
		monitorización y programación de contenidos, herramientas de Marketing Digital, RRSS, Analítica Web.	AdWords, Sheets, Big Query y SQL Herramientas de visualización de datos	Coordinación entre los equipos de Marketing.			<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos del plan de marketing en internet (30h) - Marketing estratégico digital (50h) - Especialista en marketing digital (130h) - Gestión del marketing 2.0 (90h) - Estrategias de venta omnicanal y experiencia de cliente (30h) - Gestión logística y e-commerce management para marketplaces (250h) - Herramientas en internet: comercio electrónico (80h)
Gestor e-commerce	Grado o titulación superior, preferiblemente en Marketing, Gestión comercial, ADE. Publicidad, Data o similar. Se valora master de especialización y experiencia	Community manager. Dominio avanzado en diseño gráfico Conocimiento alto de inglés Buen conocimiento de Wordpress Conocimientos en marketing digital, ventas y RRSS. Conocimiento/ex	Conocimiento funcional del SEM, así como ecosistemas digitales a nivel de landing, promociones, modificaciones de procesos, funcionamiento de canales, etc. Conocimientos SEO, SEM, Mailing, Google Tag, Google	Gestión de campañas publicitarias y conocimiento avanzado de SEO/SEM. Creación y gestión de bases de datos y analítica avanzada. Hacer seguimiento y analizar los datos para la optimización de campañas digitales. Análisis de resultados, realización de informes, optimización de plataformas de venta. Creación, gestión y ejecución de la estrategia de eCommerce de las diferentes marcas y en los distintos soportes (propios y de terceros) y	Actitud positiva, iniciativa, innovación, capacidad de análisis, comunicación creativa, dinamismo, organización, capacidad analítica, orientación a resultados y orientación al cliente.	No se han identificado certificados de profesionalidad para este puesto.	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio electrónico (40h) - Herramientas en internet: comercio electrónico (80h) - Gestores on line para el desarrollo de sitios web y e-commerce: práctica profesional (200h) - Desarrollo de proyectos e-commerce para pymes (300h) - Negocios online y comercio electrónico (80h)

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Puestos	Perfil profesional						
	Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidad identificados	Especialidades formativas identificadas
	en gestión de eCommerce	periencia en el uso de herramientas de monitorización y programación de contenidos, herramientas de Marketing Digital, RRSS, Analítica Web.	AdWords, Sheets, Big Query y SQL Herramientas de visualización de datos	mercados en los que esté presente la Compañía. Gestión diaria del canal Ecommerce: Plataformas Marketplaces, portales propios Ecommerce, Venta a través de redes sociales etc.. Activación de campañas, reporte de ventas. Conocer y explotar la información de mercado para detectar nuevas oportunidades de mercado (D2C ..) y proponer planes de acción. Alinear los planes y la pauta de ejecución con los diferentes stakeholders para implementar de manera satisfactoria la estrategia omnicanal. Gestión del posicionamiento orgánico y desarrollo de la identidad digital: control de contenido, carga de novedades, actualización de productos. Generación de tráfico y optimización de las diferentes técnicas de captación y atribución. Planificación y ejecución de campañas (SEM, PPC, emailing) en buscadores, marketplaces, comparadores. Supervisión de la gestión de la atención al cliente, reviews, etc. Supervisión de la Gestión interna del backoffice y la analítica web Gestión de equipos y de proveedores digitales			<ul style="list-style-type: none"> - Marketing on line: diseño y promoción de sitios web (30h) - Gestión logística y e-commerce management para marketplaces (250h) - Desarrollo de proyectos de comercio electrónico con woocommerce y prestashop (250h)

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

Puestos	Perfil profesional						
	Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidad identificados	Especialidades formativas identificadas
Encargado/a de almacén	Educación secundaria obligatoria	Valorable: Ciclo superior de logística Conocimientos de logística y transporte	Conocimiento y manejo de nuevas herramientas digitales de logística	Gestión de almacén y equipo de trabajo. Recepción de ordenes de entrada y pedidos y gestión de los mismos. Supervisión zona de almacén. Recepción y preparación de mercancía, control de stocks, gestión distintas funciones de almacén (coordinación entre departamentos, preparación de documentación, organización de materiales, supervisión de cargas en camiones...) Organización del personal (Asignación y supervisión de tareas, controlar el cumplimiento de la normativa de la empresa.	Proactividad, responsabilidad y capacidad de trabajar en equipo. Gestión del tiempo. Organización	- Organización y gestión de almacenes (390h) - Gestión y control del aprovisionamiento (450h)	- Gestión básica del almacén (20h) - Organización del almacén (30h) - Gestión logística y e-commerce management para marketplaces (250h) - Asistencia técnica en la logística de los procesos de externalización de la producción textil, piel y confección (780h)
Ingeniero/a de proyectos	Titulado universitario (Ingeniería textil industrial)	Conocimientos en materia de impacto medioambientales. Inglés avanzado escrito y hablado	Conocimientos en procesos de fabricación y en evolución de las nuevas tecnologías textiles disponibles.	Desarrollo de proyectos a nivel global de la empresa Gestión de proyectos de administración pública para desarrollo de nuevas técnicas, productos, maquinaria, enfocados a la mejora de producto, procesos y empresa. Optimizar los procesos de trabajo de la planta de producción asociado con el cumplimiento normativo en textil Gestión y control de calidad de procesos. Análisis de datos.	Organización, capacidad de trabajar en equipo, orientación al cliente, proactividad, innovación y capacidad analítica.	- Control de calidad de productos en textil y piel (620h) - Desarrollo de textiles técnicos (600h)	- Tecnología de las materias textiles (60h) - Métodos y tiempos en procesos de textil-confección (40h) - Fichas técnicas de los productos en el sector textil y confección (40h)

TABLA 2. PUESTOS EN RIESGO DE DESAPARICIÓN

Puestos	Perfil profesional						
	Formación requerida	Conocimientos complementarios	Conocimientos complementarios futuros	Competencias técnicas actuales	Competencias no técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidad identificados	Especialidades formativas identificadas
Dependiente/a	Educación secundaria obligatoria	Valorable dominio de Redes Sociales y habilidades para manejo de programas informáticos de gestión de stocks. Técnicas de Venta Conocimientos informáticos nivel usuario	No requerido	Atención al cliente, venta y reposición de género. Asesoramiento a los clientes sobre los diferentes productos adaptado a sus necesidades. Gestión visual y administrativa de la tienda. Control de stocks e inventario	Dinamismo, orientación al cliente, Habilidades comunicativas. Trabajo en equipo	- Actividades de venta (590h)	- Producto y tecnología textil (90h) - Gestión del punto de venta de moda (200h) - Técnicas de venta en el comercio (50h) - Fundamentos de gestión y atención al cliente para tienda (40h) - Punto de venta y psicología del consumidor (40h)

3. CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA PUESTO DE TRABAJO

Las siguientes tablas detallan el objetivo y contenidos de la formación identificada (certificados de profesionalidad y especialidades) para cada puesto de trabajo en proceso de transformación y en riesgo de desaparición.

TABLA 1. PUESTOS EN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

DISEÑADOR/A:

- Certificados de profesionalidad:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Textil, confección y piel	Ennoblecimiento de materiales textiles y pieles	Diseño técnico de estampación textil	630	<p>Analizar materias primas, productos y procesos textiles.</p> <p>Realizar el diseño técnico de estampados textiles asegurando su viabilidad.</p> <p>Adaptar los procedimientos de preparación, tintura, aprestos y acabados a los requerimientos del diseño.</p> <p>Adaptar los procedimientos para la</p>	<p>MF0453_3: (Transversal) Materias, productos y procesos textiles. (150 horas)</p> <p>UF2571: Materias y productos textiles. (30 horas)</p> <p>UF2572: Procesos textiles. (70 horas)</p> <p>UF2573: Control de calidad. (50 horas)</p> <p>MF0900_3: Diseño técnico de estampados textiles. (200 horas)</p> <p>UF2574: Tratamiento de la imagen y el diseño de los estampados textiles. (80 horas)</p> <p>UF2575: Color y colorimetría en la estampación textil. (60 horas)</p> <p>UF2576: Fuentes de información y análisis de tendencias de los estampados textiles. (60 horas)</p> <p>MF0901_3: Principios y técnicas de ennoblecimiento textil. (120 horas)</p> <p>UF2577: Preparación y tintura textil. (80 horas)</p>	<p>Diseñadores de estampados textiles.</p> <p>Diseñador técnico de estampados textiles con CAD-CAM.</p> <p>Técnico en diseño de estampación textil (I+D+I).</p> <p>Técnico especialista de estampados textiles.</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
				realización de estampados textiles	UF2578: Aprestos y acabados textiles. (40 horas) MF0902_3: Principios y técnicas de estampación textil. (120 horas) UF2579: Substratos para la estampación y colorimetría textil. (40 horas) UF2580: Técnicas y procesos de estampación. (80 horas) MP0539: Módulo de prácticas profesionales no laborables de Diseño técnico de estampación textil. (40 horas)	
Textil, confección y piel	Confección en textil y piel	Patronaje de artículos de confección en textil y piel	780	<p>Analizar materias primas, productos y procesos de confección, calzado y marroquinería.</p> <p>Analizar e interpretar el diseño, colaborando en la definición del producto en textil y piel.</p> <p>Desarrollar el modelaje de prendas sobre maniquí.</p> <p>Planificar y desarrollar los patrones para el modelo a confeccionar.</p> <p>Industrializar los patrones del modelo de artículos de confección en textil y piel.</p>	<p>MF0474_3 (Transversal) Materias, productos y procesos en confección, calzado y marroquinería (150 horas)</p> <p>UF2626: Materiales Textiles para confección, calzado y marroquinería. (90 horas)</p> <p>UF2627: Piel y Cuero para confección, calzado y marroquinería. (60 horas)</p> <p>MF0912_3: (Transversal) Creación de productos en textil y piel (60 horas)</p> <p>MF0913_3: (Transversal) Técnicas y modelaje de prendas sobre maniquí (90 horas)</p> <p>UF2862: Estudio y análisis del diseño para la realización del ajuste de "la toile" o glasilla del modelo. (30 horas)</p> <p>UF2863: Obtención del prototipo, a partir de "la toile", para su posterior transformación y creación de colecciones. (60 horas)</p> <p>MF0914_3: Técnicas de patronaje de artículos de confección en textil y piel (240 horas)</p> <p>UF2864: Elaboración de los patrones base de artículos de confección y piel. (90 horas)</p> <p>UF2865: Transformación de los patrones de artículos de confección y piel. (90 horas)</p> <p>UF2866: Verificación de los patrones de artículos de confección y piel. (60 horas)</p> <p>MF0915_3: Industrialización de patrones de artículos de confección en textil y piel (120 horas)</p> <p>UF2867: Estudio y realización del escalado de patrones para la industrialización de artículos de confección en textil y piel. (60 horas)</p> <p>UF2868: Estudio y realización de la marcada de patrones para la industrialización de artículos de confección en textil y piel (60</p>	<p>Modelista-patronista de prendas de vestir.</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de prendas de vestir, excepto piel y cuero.</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de prendas de vestir en piel y cuero (excepto peletería).</p> <p>Modelistas-patronistas de peletería.</p> <p>Diseñador técnico de patronaje con CAD/CAM.</p> <p>Modelista-patronista-escalador de sombreros y gorras.</p> <p>Patronista-escalador de prendas de vestir.</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
					horas) MP0589: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Patronaje de artículos de confección en textil y piel. (120 horas)	

• Especialidades formativas:

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Estampación digital textil	60	Aplicar la tecnología digital a la estampación textil en el sector Textil-Hogar, desarrollando una mirada estética y creativa en el diseño de estampados e implementando los conceptos de creación de colección desde el punto de vista comercial y creativo."	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la estampación textil 2. Tendencias, inspiración y referentes 3. Obtención, creación y manipulación de imágenes 4. Ajustes y transformaciones. 5. Posibilidades de trabajo con selecciones, canales y máscaras 6. Herramientas de dibujo y pintura 7. Elaboración de rapports 8. Posicionales, panneau, estampados a medida y su aplicación a diferentes productos 9. Separaciones de color 10. Proyecto
Estampación y ennoblecimiento textil	20	Desarrollar tareas de estampación en diferentes tejidos, utilizando los productos, las máquinas y las técnicas más apropiadas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. LAS FIBRAS TEXTILES <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Tipos de fibras textiles 1.2. La calidad textil 1.3. El ennoblecimiento textil 2. PRODUCTOS E INSTALACIONES DE ESTAMPACIÓN <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Productos de estampación 2.2. Espesantes 2.3. Instalaciones de estampación 3. LAS MÁQUINAS DE ESTAMPACIÓN <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Las máquinas de estampación 3.2. Preparación y programación 3.3. Mantenimiento 4. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ESTAMPACIÓN <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Aplicaciones químicas en la estampación 4.2. La pantalla de estampación 4.3. El diseño para motivos localizados con encajado de colores 4.4. El diseño para estampación continua

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
			4.5. Estampación directa con pigmentos 4.6. Técnicas orientales 4.7. Las acuarelas 4.8. Los tintes naturales 4.9. La serigrafía 4.10. La estampación y el cuidado del medio ambiente 5. CONTENIDOS PRÁCTICOS
Producto y tecnología textil	90	Identificar el proceso de fabricación del producto textil y sus particularidades una vez ofertado en tienda	1: Materiales empleados en la fabricación del producto. 2: Proceso de diseño y confección del producto. 3: Normativa de composición, conservación, seguridad y salud del producto.
Diseño gráfico textil	150	Conocer todas las herramientas existentes en la actualidad que se utilizan para el diseño gráfico, utilizando los comandos y las herramientas de los programas con el fin de poder maquetar un diseño que pueda ser después llevado al tisaje y a la estampación e iniciándose en la elaboración de diseños textiles estampados, en los procesos de creación, desarrollo y técnicas de la estampación textil.	1. DISEÑO GRÁFICO 1.1. Lenguaje y Diseño gráfico. Introducción 1.2. Imágenes bitmap y vectoriales. Los formatos JPG, TIF, BMP, EPS, PSD, 1.3. Uso del Escáner, Los parámetros de resolución, dimensiones y píxeles. 1.4. El uso de las capas, modos de color, la caja de herramientas 1.5. Retoque fotográfico. El reencuadre. La herramienta tampón. 1.6. Los gráficos en Internet. Reducción de peso de las imágenes 1.7. Conceptos de imagen vectorial. 1.8. El uso correcto de las tipografías. Instalación. 1.9. Dibujo vectorial. Mano alzada y primitiva. Los nodos. 1.10. Diseño y Equilibrio del color. Conceptos de maquetación. 1.11. Los formatos. Definición de plantillas (layout). 1.12. Caja de Herramientas. 1.13. Programas de diseño gráfico e ilustración. Adobe PhotoShop y Adobe Illustrator 1.14. Maquetación de diversos formatos gráficos. 1.15. Exportación Vectorial a Mapa de Bits. Vectorización de bitmaps. 1.16. Uso del Escáner y la cámara digital. 1.17. Maquetación de diversos formatos gráficos. 1.18. Exportación Vectorial a Mapa de Bits. Vectorización de bitmaps. 1.19. Uso del Escáner y la cámara digital 2. DISEÑO DE ESTAMPADOS 2.1. Creación y desarrollo de un rapport. 2.2. Elaboración de diseños en repetición y posicionales. 2.3. Colorido y texturas. 2.4. Desarrollo de una colección. 2.5. Estampación manual e industrial. 2.6. Iniciación de Diseño de estampados asistido por ordenador.

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Diseño y fabricación de marroquinería	600	Elaborar artículos de marroquinería, aplicando las técnicas necesarias y produciéndolos en la cantidad y calidad y en los plazos establecidos siguiendo las normas de seguridad laboral correspondientes.	<ol style="list-style-type: none"> 1: Materiales en la confección de productos de marroquinería. 2: Diseño y patronaje para marroquinería. 3: Operaciones de corte para marroquinería. 4: Operaciones de aparado para marroquinería. 5: Operaciones de acabado para marroquinería. 6: Higiene y seguridad laboral.
Diseño de pisos para calzado asistido por ordenador	120	Realizar diseños de pisos de calzado mediante la herramienta informática Icad3DP.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos generales de expresión gráfica 2. Revisión de conceptos en sistemas CAS 3. Modelado 2D 4. Modelado 3D 5. Iluminación 6. Texturas y materiales 7. Render avanzado 8. Diseño de pisos
Diseño de tacones asistido por ordenador (IcadTAC). Nivel I	20	Realizar el diseño de tacones y tapas en 3D, utilizar los comandos básicos del programa IcadTAC mediante la realización de al menos 3 modelos, incluyendo tacón, tapa y agujeros y su escalado posterior.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entorno de trabajo 2. Diseño del tacón 3. Visualización en 2 y 3 dimensiones 4. Escalado del tacón 5. Impresión del tacón, editor de mecanizado 6. Tapas
Diseño asistido por ordenador con AUTOCAD	50	Diseñar y modelar piezas en 2D y 3D manejando herramientas del software AUTOCAD.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. 2. Funciones comunes. 3. Ingeniería de procesos. 4. Técnicas de racionalización del diseño mecánico. 5. Modelado de piezas en 2D. 6. Modelado de piezas en 3D.
Diseño y maquetación con Adobe Indesign	60	Manejar las herramientas y comandos del programa Adobe Indesign para la composición y maquetación de productos gráficos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos básicos 2. El entorno de trabajo de InDesign 3. Configuración de páginas en InDesign 4. Trabajar con texto en InDesign 5. Herramientas de InDesign 6. Herramientas Avanzadas con InDesign 7. Técnicas de maquetación con InDesign 8. Técnicas avanzadas de maquetación con InDesign 9. Exportación 10. Preparación de impresión con InDesign

PATRONISTA:

- Certificados de profesionalidad:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Textil, confección y piel	Confección en textil y piel	Patronaje de artículos de confección en textil y piel	780	<p>Analizar materias primas, productos y procesos de confección, calzado y marroquinería.</p> <p>Analizar e interpretar el diseño, colaborando en la definición del producto en textil y piel.</p> <p>Desarrollar el modelaje de prendas sobre maniquí.</p> <p>Planificar y desarrollar los patrones para el modelo a confeccionar.</p> <p>Industrializar los patrones del modelo de artículos de confección en textil y piel.</p>	<p>MF0474_3 (Transversal) Materias, productos y procesos en confección, calzado y marroquinería (150 horas)</p> <p>UF2626: Materiales Textiles para confección, calzado y marroquinería. (90 horas)</p> <p>UF2627: Piel y Cuero para confección, calzado y marroquinería. (60 horas)</p> <p>MF0912_3: (Transversal) Creación de productos en textil y piel (60 horas)</p> <p>MF0913_3: (Transversal) Técnicas y modelaje de prendas sobre maniquí (90 horas)</p> <p>UF2862: Estudio y análisis del diseño para la realización del ajuste de "la toile" o glasilla del modelo. (30 horas)</p> <p>UF2863: Obtención del prototipo, a partir de "la toile", para su posterior transformación y creación de colecciones. (60 horas)</p> <p>MF0914_3: Técnicas de patronaje de artículos de confección en textil y piel (240 horas)</p> <p>UF2864: Elaboración de los patrones base de artículos de confección y piel. (90 horas)</p> <p>UF2865: Transformación de los patrones de artículos de confección y piel. (90 horas)</p> <p>UF2866: Verificación de los patrones de artículos de confección y piel. (60 horas)</p> <p>MF0915_3: Industrialización de patrones de artículos de confección en textil y piel (120 horas)</p> <p>UF2867: Estudio y realización del escalado de patrones para la industrialización de artículos de confección en textil y piel. (60 horas)</p> <p>UF2868: Estudio y realización de la marcada de patrones para la</p>	<p>Modelista-patronista de prendas de vestir.</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de prendas de vestir, excepto piel y cuero.</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de prendas de vestir en piel y cuero (excepto peletería).</p> <p>Modelistas-patronistas de peletería.</p> <p>Diseñador técnico de patronaje con CAD/CAM.</p> <p>Modelista-patronista-escalador de sombreros y gorras.</p> <p>Patronista-escalador de prendas de vestir.</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
					industrialización de artículos de confección en textil y piel (60 horas) MP0589: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Patronaje de artículos de confección en textil y piel. (120 horas)	
Textil, confección y piel	Calzado	Patronaje de calzado y marroquinería	750	<p>Analizar materias primas, productos y procesos de confección, calzado y marroquinería</p> <p>Analizar e interpretar el diseño, colaborando en la definición del producto en textil y piel</p> <p>Efectuar el ajuste y despiece para modelos de calzado y auxiliares</p> <p>Efectuar el despiece de patrones para artículos de marroquinería y guarnicionería</p> <p>Efectuar la industrialización de patrones de calzado y marroquinería</p>	<p>MF0474_3 (Transversal) Materias, productos y procesos en confección, calzado y marroquinería (150 horas)</p> <p>UF2626: Materiales textiles para confección, calzado y marroquinería. (90 horas)</p> <p>UF2627: Piel y cuero para confección, calzado y marroquinería. (60 horas)</p> <p>MF0912_3: (Transversal) Creación de productos en textil y piel (60 horas)</p> <p>MF0916_3: Proceso de ajuste y desarrollo de patrones para calzado (210 horas)</p> <p>UF2628: Identificación y análisis de las características del calzado y su ajuste. (60 horas)</p> <p>UF2629: Estudio y realización de las diferentes trepas para su adaptación al diseño y fabricación de calzado. (60 horas)</p> <p>UF2630: Transformación y verificación de los patrones para el proceso de fabricación de calzado. (90 horas)</p> <p>MF0917_3: Técnicas de patronaje de artículos de marroquinería y guarnicionería (90 horas)</p> <p>MF0918_3: Industrialización de patrones de calzado y artículos de marroquinería (120 horas)</p> <p>UF2631: Estudio y realización del escalado de patrones de calzado y artículos de marroquinería. (60 horas)</p> <p>UF2632: Estudio y realización de la marcada de patrones de calzado y artículos de marroquinería. (60 horas)</p> <p>MP0549: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Patronaje de calzado y marroquinería. (120 horas)</p>	<p>Modelistas-patronistas-escaladores de artículos de marroquinería y guantería en piel y cuero.</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de calzado.</p> <p>Diseñador técnico de patronaje con CAD/CAM.</p> <p>Patronista-escalador de calzado.</p> <p>Patronista-escalador de artículos de marroquinería y guantería.</p> <p>Modelista-patronista-ajustador de calzado.</p> <p>Modelista-patronista de artículos de marroquinería y guantería.</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

- Especialidades formativas:

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS
Patronaje industrial	30	Elaborar patrones de prendas de vestir a nivel industrial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al patronaje industrial. 2. Medidas anatómicas. 3. La falda. 4. El pantalón. 5. Cuerpos bases 6. Mangas. 7. Los cuellos. 8. Capas, capuchas y monos. 9. Bañadores y bodys. 10. Sastrería y prendas de abrigo de señoras. 11. Patronaje de caballero: el pantalón, el chaleco, el mono. 12. La camisa. 13. Sastrería y prendas de abrigo de caballero. 14. Montajes de prototipos. 15. Industrialización del patrón.
Producto y tecnología textil	90	Identificar el proceso de fabricación del producto textil y sus particularidades una vez ofertado en tienda	<ol style="list-style-type: none"> 1: Materiales empleados en la fabricación del producto. 2: Proceso de diseño y confección del producto. 3: Normativa de composición, conservación, seguridad y salud del producto.
Diseño y fabricación de marroquinería	600	Elaborar artículos de marroquinería, aplicando las técnicas necesarias y produciéndolos en la cantidad y calidad y en los plazos establecidos siguiendo las normas de seguridad laboral correspondientes.	<ol style="list-style-type: none"> 1: Materiales en la confección de productos de marroquinería. 2: Diseño y patronaje para marroquinería. 3: Operaciones de corte para marroquinería. 4: Operaciones de aparado para marroquinería. 5: Operaciones de acabado para marroquinería. 6: Higiene y seguridad laboral.
Patronaje de calzado asistido por ordenador (IcadPAT)	80	Realizar el despiece de modelos de calzado con sus diferentes escalas, mediante la herramienta específica de patronaje de calzado asistido por ordenador (IcadPAT)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Digitalización del diseño 2. Patronaje 3. Clasificación 4. Escalado 5. Corte

RESPONSABLE DE MARKETING Y TÉCNICO DE MARKETING DIGITAL:

- Certificados de profesionalidad:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Comercio y marketing	Marketing y relaciones públicas	Gestión de marketing y comunicación	810	<p>Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.</p> <p>Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing</p> <p>Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y servicios en el mercado.</p> <p>Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.</p> <p>Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.</p> <p>Elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y auto editables, publi-promocionales e informativos.</p> <p>Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente en actividades comerciales.</p>	<p>MF1007_3: (Transversal) Sistemas de información de mercados. (180 horas).</p> <p>UF1779: Entorno e información de mercados (60 horas)</p> <p>UF1780: Investigación y recogida de información de mercados (60 horas)</p> <p>UF1781: Tratamiento y análisis de la información de mercados (60 horas)</p> <p>MF2185_3: Políticas de Marketing. (100 horas).</p> <p>UF2392: Plan de marketing empresarial (70 horas)</p> <p>UF2393: Control y seguimiento de políticas de marketing (30 horas)</p> <p>MF2186_3: Lanzamiento e implantación de productos y servicios. (90 horas).</p> <p>UF2394: Marketing y promoción en el punto de venta (60 horas)</p> <p>UF2395: Red de ventas y presentación de productos y servicios (30 horas)</p> <p>MF2187_3: Gestión de eventos de marketing y comunicación. (90 horas).</p> <p>UF2396: Organización de eventos de marketing y comunicación (60 horas)</p> <p>UF2397: Protocolo en eventos de marketing y comunicación (30 horas)</p> <p>F2188_3: Organización y control del plan de medios de comunicación. (90 horas).</p> <p>UF2398: Plan de medios de comunicación e Internet (60 horas)</p> <p>UF2399: Evaluación y control del plan de medios (30 horas)</p> <p>MF2189_3: Elaboración de materiales de marketing y</p>	<p>Técnicos en publicidad y/o relaciones públicas.</p> <p>Técnicos medios en publicidad y/o relaciones públicas.</p> <p>Técnicos superiores en publicidad y relaciones públicas, en general.</p> <p>Técnicos en organización de ferias y eventos.</p> <p>Organizador de eventos de marketing y comunicación.</p> <p>Asistentes del Jefe de Producto. Técnicos en Marketing.</p> <p>Auxiliares de medios en empresas de publicidad.</p> <p>Controladores de cursaje o emisión en medios de comunicación.</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
					comunicación autoeditables (90 horas). MP0499 Módulo de prácticas no laborales de Gestión de marketing y comunicación (80 horas)	

• Especialidades formativas:

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Plan de marketing y organización de ventas	35	Profundizar en las habilidades y conocimientos necesarios para dirigir, gestionar y potenciar el plan de marketing de una empresa, organizar las ventas y lograr un óptimo posicionamiento de sus productos/servicios en el mercado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El marketing dentro de la estrategia empresarial 2. El marketing y la dirección comercial de una empresa 3. Investigación comercial y segmentación 4. Políticas de producto y precio 5. La política de distribución comercial 6. Política de comunicación 7. Organización de ventas y plan de marketing 8. Aplicaciones del marketing
Planificación de marketing	30	Definir el Plan de marketing acorde a la organización y estrategia empresarial, sabiendo distinguir las múltiples posibilidades y variables.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al marketing 2. El departamento de marketing 3. El plan de marketing 4. Clasificaciones del marketing 5. Estrategias de marketing y mix de marketing 6. Las variables del marketing
Plan de marketing directo y fidelización de clientes	25	Definir un Plan de Marketing directo a partir de los conocimientos estratégicos de interacción con el cliente más efectivos y rentables y favoreciendo la fidelización de clientes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. EL MARKETING DIRECTO COMO PARTE DEL PLAN DE MARKETING <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Introducción al Marketing Directo. 1.2. El micromarketing y su aplicación estratégica. 1.3. Marketing Relacional. 2. EL PLAN DE MARKETING DIRECTO <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo. 2.2. Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos. 2.3. Planificación de Campañas. 2.4. Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzono mobile marketing) 2.5. Marketing On-Line. 2.6. Análisis de Resultados. 2.7. Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas 3. ESTRATEGIAS DE INTERACCION CON LOS CLIENTES

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
			3.1. Generación, gestión y comunicación de contactos. 3.2. Listas y bases de datos. 3.3. Fidelización de clientes. 3.4. La implementación de un CRM. 3.5. Ley de Protección de Datos.
Técnicas de marketing on line, buscadores, social media y móvil	90	Diferenciar las modalidades de marketing y promoción online, el marketing viral, el trade marketing, etc, así como el proceso de funcionamiento del marketing en buscadores y medios sociales, y aplicaciones de marketing para móviles.	1. Herramientas del marketing on line 2. Marketing de buscadores 3. SMO (social media optimization) 4. Redes sociales como herramienta de marketing 5. Los blogs como herramientas de marketing 6. Sindicación de contenidos y podcasting 7. Mobile marketing, televisión digital y video on demand
Marketing on line: diseño y promoción de sitios web	30	Realizar las operaciones básicas de diseño y promoción de sitios web teniendo en cuenta el comportamiento del cliente on line, la navegabilidad y las técnicas de publicidad on line, a partir del marketing on line.	1. Internet marketing: conceptos generales y herramientas 2. El plan de marketing 3. El comportamiento del cliente online 4. Cómo promocionar y construir un sitio web 5. Navegabilidad 6. ¿Quiénes construyen los web sites? 7. Algunos consejos adicionales 8. Algunos conceptos relacionados con la publicidad online
Fundamentos del plan de marketing en internet	30	Identificar los elementos de un plan de marketing en internet y del diseño de una web comercial efectiva.	1. Conceptos básicos de marketing 2. Marketing en internet 3. Promoción y herramientas promocionales en internet 4. Diseño de una web comercial efectiva
Marketing estratégico digital	50	Conocer los elementos centrales del marketing estratégico, para saber elaborar un plan de marketing que permita a la empresa crecer y destacar frente a sus consumidores, teniendo siempre en mente las necesidades del usuario.	1. El marketing y su valor en la empresa. Fundamentos 1.1. Conocer los conceptos básicos y evolución del marketing 1.2. Entender el marketing y los niveles de la dirección estratégica 1.3. Conocer el efecto de la digitalización en el marketing. 1.4. Saber desarrollar y explicar los conceptos de producto y servicio 1.5. Entender las dinámicas derivadas del establecimiento de precios. 1.6. Conocer las posibilidades de los canales de distribución y venta. 1.7. Comprender los principios básicos de la comunicación a través del marketing. 2. Segmentación, Posicionamiento y Branding 2.1. Saber segmentar y definir el público objetivo 2.2. Comprender los principios básicos de posicionamiento y branding. 3. Integración: marketing on y off (marketing digital). El plan de marketing 3.1. Comprender el comportamiento digital del cliente. 3.2. Definir y elaborar un plan de marketing.

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Especialista en marketing digital	130	Diseñar una estrategia de marketing omnicanal de captación y crecimiento del negocio para alcanzar y superar los objetivos marcados, seleccionando los canales, formatos y medios óptimos de acuerdo con la audiencia y el producto, a través de contenidos de calidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disciplinas y conceptos estratégicos del marketing digital 2. Plan de marketing digital 3. Digital content plan & branded content 4. Procesos, herramientas y canales del inbound marketing 5. Marketing en buscadores 6. Social media marketing 7. Habilidades y competencias de gestión, personales y sociales, para el entorno digital
Gestión del marketing 2.0	90	Utilizar las técnicas de marketing 2.0, y reconocer sus aplicaciones en la reputación y presencia web de las organizaciones.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la tecnología web 2.0 2. Más allá del banner 3. Email marketing, un arma de doble filo 4. Eligiendo las palabras adecuadas 5. Escuchar a los social media 6. Viralizar el mensaje 7. Gestionar la reputación on-line 8. Analítica web
Cómo elaborar un plan de marketing digital	50	Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de e-marketing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación digital y medios digitales 2. Principales canales digitales para promover la venta online 3. Herramientas para mejorar los resultados de las acciones de e-marketing. 4. Asignación y organización de recursos disponibles para la implementación de Las actividades de e-marketing.
Estrategias de venta omnicanal y experiencia de cliente	30	Conocer y ejercer los principios, herramientas y operativas necesarias para analizar mercados y modelos de negocio de los nuevos mercados digitales, aplicando las estrategias necesarias para el desarrollo como empresa digital (Customer Experience), así como dominar la metodología, diseño e implantación del Customer Journey.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ECOMMERCE <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Concepto 1.2. Modelos de negocio en la red 1.3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional 1.4. Tipos de comercio electrónico 1.5. Relación con el cliente-proveedor 1.6. El proceso de compra 1.7. Comercio electrónico según el medio utilizado 2. MEDIOS DE PAGO DIGITALES <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Introducción a los medios de pago 2.2. Datos 2.3. Agentes 2.4. Sistemas de pago 3. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA
Gestión logística y e-commerce management para marketplaces	250	Gestionar la creación, escala y mantenimiento de productos en un MarketPlace así como el diseño de un Plan de Marketing Digital y su	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción y conocimiento del sector del e-Commerce a nivel logístico 2. Gestión de la cadena de suministro (Supply chain management) 3. Marketing digital 4. Marketing Logístico

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
		seguimiento presupuestario, teniendo en cuenta el nuevo paradigma global del comercio on-line.	5. Venta en un MarketPlace 6. Business Cases: Análisis y ejecución de una estrategia e-logistics en un MarketPlace o e-Commerce
Herramientas en internet: comercio electrónico	80	Dominar las principales herramientas existentes en Internet, adquirir los conocimientos en relación a las técnicas de marketing en la red y ser capaz de publicitar, vender y adquirir productos de modo seguro y eficiente a través de ella.	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS GENERALES. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Introducción y conceptos básicos. 1.2. Reglas de comportamiento en la Red: Netiquette. 1.3. Configuración y uso del Navegador. 1.4. Elementos básicos de conexión y su instalación. 1.5. El correo electrónico. 1.6. Utilización del correo electrónico. 1.7. Herramientas que utilizan el correo electrónico. 1.8. Otras herramientas de Internet: buscadores, anuncios clasificados, banners, herramientas interactivas. 2. COMERCIO ELECTRÓNICO. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Conceptos básicos de comercio electrónico 2.2. Aspectos jurídicos del comercio electrónico. 3. MARKETING E INTERNET. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Conceptos básicos de marketing. 3.2. Marketing en Internet. 3.3. Promoción y herramientas promocionales en Internet. 4. LA WEB. <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Diseño de una web comercial efectiva. 4.2. Gestión y administración de la web. 4.3. Seguridad en Internet.

GESTOR E-COMMERCE:

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Comercio electrónico	40	Adquirir conocimientos sobre los fundamentos, procedimientos y herramientas disponibles en internet para el marketing y la comercialización electrónica dentro del marco legal y conforme a los medios de pago más utilizados.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. El comercio electrónico 3. La tienda electrónica 4. Marketing en la red 5. CRM. Estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online 6. Difusión 7. Entorno jurídico

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Herramientas en internet: comercio electrónico	80	Dominar las principales herramientas existentes en Internet, adquirir los conocimientos en relación a las técnicas de marketing en la red y ser capaz de publicitar, vender y adquirir productos de modo seguro y eficiente a través de ella.	<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS GENERALES. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Introducción y conceptos básicos. 1.2. Reglas de comportamiento en la Red: Netiquette. 1.3. Configuración y uso del Navegador. 1.4. Elementos básicos de conexión y su instalación. 1.5. El correo electrónico. 1.6. Utilización del correo electrónico. 1.7. Herramientas que utilizan el correo electrónico. 1.8. Otras herramientas de Internet: buscadores, anuncios clasificados, banners, herramientas interactivas. 2. COMERCIO ELECTRÓNICO. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Conceptos básicos de comercio electrónico 2.2. Aspectos jurídicos del comercio electrónico. 3. MARKETING E INTERNET. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Conceptos básicos de marketing. 3.2. Marketing en Internet. 3.3. Promoción y herramientas promocionales en Internet. 4. LA WEB. <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Diseño de una web comercial efectiva. 4.2. Gestión y administración de la web. 4.3. Seguridad en Internet.
Gestores on line para el desarrollo de sitios web y e-commerce: práctica profesional	200	Adquir los conocimientos y aplicar las herramientas online que se emplean para la creación de una tienda online.	<ol style="list-style-type: none"> 1. GESTORES ONLINE PARA LA CREACIÓN DE PÁGINAS Y TIENDAS VIRTUALES. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Introducción a los Gestores de Contenidos. <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1. ¿Qué son? 1.2. Marketing. 1.3. El comercio electrónico. 2. LA INTERFAZ DE UN GESTOR DE CONTENIDOS. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Elementos esenciales de una tienda online. 2.2. Introducción al diseño web. 2.3. Introducción a la Arquitectura de la Información. 2.4. Introducción a la usabilidad. 2.5. Introducción a la accesibilidad. 2.6. Introducción al posicionamiento web. 3. CREACIÓN Y LANZAMIENTO DE UN SITIO WEB O TIENDA VIRTUAL. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Instalación de Prestashop. 3.2. Prestashop: panel de control. 3.3. Creación de una tienda virtual en Facebook. 3.4. Sacando partido al blog.

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Desarrollo de proyectos e-commerce para pymes	300	Crear un proyecto web de compra-venta de productos/servicios a través de la red, por medio de los modelos de negocio y tendencias de comercio electrónico y el diseño de plataformas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proyecto web 60 horas 2. Conceptos estratégicos previos al proyecto web 3. Claves de éxito de un e-Commerce 4. Marketing 2.0 5. Logística 6. Plataformas de pago y e-consumo 7. Soluciones CMS Open-Source y SaaS
Negocios online y comercio electrónico	80	Identificar los aspectos necesarios para la creación, desarrollo y gestión de negocios online: la creación de un posicionamiento, el desarrollo de contenidos, creación de las ofertas y servicios, la integración con el negocio tradicional, así como dominar los aspectos más operativos y fundamentales de dinamización.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cómo planificar y desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico 2. Puesta en marcha: ¿cómo crear o adaptar un negocio on line (I): back end 3. Puesta en marcha: ¿cómo construir una website de éxito en comercio Electrónico? (II) 4. Aspectos jurídicos en el comercio electrónico 5. Financiación de proyectos de comercio electrónico 6. Acciones de captación enfocada a comercio electrónico 7. Fidelización en comercio electrónico: cómo incrementar las ventas de clientes 8. Como realizar comercio electrónico internacional 9. Cómo gestionar la logística y fulfillment en el comercio electrónico 10. Seguridad en los medios de pago on line 11. Comercio electrónico en un entorno B2B
Marketing on line: diseño y promoción de sitios web	30	Realizar las operaciones básicas de diseño y promoción de sitios web teniendo en cuenta el comportamiento del cliente on line, la navegabilidad y las técnicas de publicidad on line, a partir del marketing on line.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internet marketing: conceptos generales y herramientas 2. El plan de marketing 3. El comportamiento del cliente online 4. Cómo promocionar y construir un sitio web 5. Navegabilidad 6. ¿quiénes construyen los web sites? 7. Algunos consejos adicionales 8. Algunos conceptos relacionados con la publicidad online
Gestión logística y e-commerce management para marketplaces	250	Gestionar la creación, escala y mantenimiento de productos en un Marketplace así como el diseño de un Plan de Marketing Digital y su seguimiento presupuestario, teniendo en cuenta el nuevo paradigma global del comercio on-line.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción y conocimiento del sector del e-Commerce a nivel logístico 2. Gestión de la cadena de suministro (Supply chain management) 3. Marketing digital 4. Marketing Logístico 5. Venta en un Marketplace 6. Business Cases: Análisis y ejecución de una estrategia e-logistics en un Marketplace o e-Commerce
Desarrollo de proyectos de comercio electrónico con woocommerce y prestashop	250	Gestionar un proyecto de comercio electrónico con WooCommerce y PrestaShop	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de negocio. 2. Proyecto web 3. CMS: WordPress - WooCommerce y Prestashop

ENCARGADO/A DE ALMACÉN:

- Certificados de profesionalidad:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Comercio y marketing	Logística comercial y gestión del transporte	Organización y gestión de almacenes	390	Organizar el almacén de acuerdo con los criterios y niveles de actividad previstos. Gestionar y coordinar las operaciones del almacén. Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.	<p>MF1014_3: Organización de almacenes (140 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • UF0926: Diseño y organización del almacén (80 horas) • UF0927: Gestión del equipo de trabajo del almacén (30 horas) • UF0928 (Transversal) Seguridad y prevención de riesgos en el almacén (30 horas) <p>MF1015_2: Gestión de las operaciones de almacenaje. (110 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • UF0929: Gestión de pedidos y stock (80 horas) • UF0928: (Transversal) Seguridad y prevención de riesgos en el almacén (30 horas) <p>MF1005_3: (Transversal) Optimización de la cadena logística. (90 horas)</p> <p>MP0193: Módulo de prácticas profesionales no laborales de organización y gestión de almacenes (80 horas)</p>	Técnico en gestión de stocks y almacén Empleado administrativo de los servicios de almacenamiento y recepción Almaceneros de empresas de transportes Jefe de almacén Técnico en logística de almacenes Gestor de almacén Responsable de recepción de mercancías Responsable de expedición de mercancías
Comercio y marketing	Logística comercial y gestión del transporte	Gestión y control del aprovisionamiento	450	Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento. Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento. Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización. Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente en las relaciones y actividades de	<p>MF1003_3: Planificación del aprovisionamiento (110 horas).</p> <ul style="list-style-type: none"> • UF0475: Planificación y gestión de la demanda (70 horas). • UF0476: Gestión de inventarios (40 horas). <p>MF1004_3: Gestión de proveedores (80 horas).</p> <p>MF1005_3: (Transversal) Optimización de la cadena logística (90 horas).</p> <p>MF1006_2: (Transversal) inglés profesional para logística y transporte internacional (90 horas).</p> <p>MP0333: Módulo de prácticas profesionales no laborales de gestión y control del aprovisionamiento (80 horas).</p>	Agentes de compras Aprovisionador/a logístico. Técnico/a de aprovisionamiento. Jefe/a de aprovisionamiento. Técnico/a en logística del aprovisionamiento

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
				logística y transporte internacional.		
Textil, confección y piel	Confección en textil y piel	Asistencia técnica en la logística de los procesos de externalización de la producción textil, piel y confección	780	<p>Analizar materias primas, productos y procesos de confección, calzado y marroquinería.</p> <p>Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.</p> <p>Colaborar en la planificación y supervisión de la externalización de la fabricación de productos en textil, piel y confección.</p> <p>Asistir en la gestión de la logística asociada a la externalización del abastecimiento y distribución de productos en textil, piel y confección.</p> <p>Colaborar en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa nacional e internacional de productos en textil, piel y confección.</p> <p>Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las relaciones derivadas de la logística de los procesos de externalización de la</p>	<p>MF0474_3: (Transversal) Materias, productos y procesos en confección, calzado y marroquinería (150 horas)</p> <p>UF2626: Materiales textiles para confección, calzado y marroquinería. (90 horas)</p> <p>UF2627: Piel y cuero para confección, calzado y marroquinería. (60 horas)</p> <p>MF1005_3: (Transversal) Optimización de la cadena logística. (90 horas)</p> <p>MF2173_3: Organización y control de la externalización de la fabricación de productos en textil, piel y confección. (150 horas)</p> <p>UF2848: Procedimiento para la externalización de la producción en textil, piel y confección (30 horas)</p> <p>UF2849: Planificación de la producción y fichas técnicas de productos en textil, piel y confección (60 horas)</p> <p>UF2850: Control de calidad y seguimiento de la producción de la fabricación de productos en textil, piel y confección (60 horas)</p> <p>MF2174_3: Aprovisionamiento y gestión de almacenes, transporte y distribución de productos en textil, piel y confección. (90 horas)</p> <p>MF2175_3: Negociación y compraventa nacional e internacional de productos en textil, piel y confección. (90 horas)</p> <p>MF2176_2: Inglés profesional para la logística de los procesos de externalización internacional de la producción y compraventa de productos en textil, piel y confección. (90 horas)</p> <p>MP0585: Módulo de prácticas profesionales no laborales de asistencia técnica en la logística de los procesos de externalización de la producción textil, piel y confección. (120 horas)</p>	<p>Técnicos en control de calidad en industrias de piel y cuero.</p> <p>Técnicos en confección industrial.</p> <p>Técnicos en fabricación de artículos de piel y cuero (excepto calzado).</p> <p>Técnicos en control de calidad en industrias textil, en general.</p> <p>Encargados de fabricación de productos textiles, en general.</p> <p>Agentes de compras.</p> <p>Técnicos en gestión de stocks y/o almacén.</p> <p>Asistente en la gestión logística en textil, piel y confección.</p> <p>Asistente técnico en el diseño de productos y procesos en textil, piel y confección.</p> <p>Asistente técnico en la dirección de compras en productos en textil, piel y confección.</p> <p>Jefe de recepción de almacenes logísticos de textil, piel y confección.</p> <p>Supervisor de la</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
				producción en textil, piel y confección.		producción externalizada en la industria textil, piel y confección.

• Especialidades formativas:

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS
Gestión básica del almacén	20	Identificar las actividades, funciones y áreas de un almacén para el desempeño eficaz y seguro de las tareas asignadas, dentro de la empresa o grupo empresarial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. EL GRUPO. 2. DESCUBRIENDO EL ALMACÉN. 3. BÁSICOS GESTIÓN ALMACÉN. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Principios almacén. 3.2. Funciones de almacén. <ol style="list-style-type: none"> 3.2.1. Recepción de Materiales. 3.2.2. Registro de entradas y salidas del Almacén. 3.2.3. Almacenamiento de materiales. 3.2.4. Mantenimiento de materiales y de almacén. 3.2.5. Despacho de materiales. 3.2.6. Coordinación del almacén con los departamentos de control de inventarios y contabilidad. 3.3. Áreas de almacén: recepción, almacenamiento y entrega. 4. VIDA DEL ALMACÉN. 5. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.
Organización del almacén	30	Identificar las mercancías a almacenar, así como la aplicación de las distintas técnicas de distribución y organización de espacios para gestionar los recursos humanos y materiales de un almacén.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El almacén 2. Zonas comunes en un almacén 3. El diseño de la distribución de la planta (layout) 4. Los equipos mecánicos que se utilizan en el almacén 5. Últimas técnicas de almacenaje, stocks y envíos en general 6. Organización y gestión general de almacén 7. Gestión de recursos humanos en el almacén 8. Las nuevas tecnologías en la organización del trabajo 9. Prevención de riesgos laborales:

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS
Gestión logística y e-commerce management para marketplaces	250	Gestionar la creación, escala y mantenimiento de productos en un MarketPlace así como el diseño de un Plan de Marketing Digital y su seguimiento presupuestario, teniendo en cuenta el nuevo paradigma global del comercio on-line.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción y conocimiento del sector del e-Commerce a nivel logístico 2. Gestión de la cadena de suministro (Supply chain management) 3. Marketing digital 4. Marketing Logístico 5. Venta en un MarketPlace 6. Business Cases: Análisis y ejecución de una estrategia e-logistics en un MarketPlace o e-Commerce

INGENIERO/A DE PROYECTOS:

- Certificados de profesionalidad:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Textil, confección y piel	Confección en textil y piel	Control de calidad de productos en textil y piel	620	<p>Participar en la gestión del control de calidad de productos en textil y piel</p> <p>Supervisar y realizar ensayos para control de calidad de productos textiles y artículos confeccionados.</p> <p>Supervisar y realizar ensayos para control de calidad de productos de piel, calzado y marroquinería</p>	<p>MF2056_3: Actividades de gestión de calidad en productos de textil y piel (180 horas)</p> <p>UF2616: Procedimientos y documentación del sistema de calidad en productos de textil y piel (50 horas)</p> <p>UF2617: Auditorías internas/externas y mejora de la calidad en productos de textil y piel (60 horas)</p> <p>UF2618: Formas de comunicación, inspección de tejidos y pieles y análisis de datos (70 horas)</p> <p>MF2057_3: Control de calidad de productos textiles y artículos confeccionados (180 horas)</p> <p>UF2619: Equipos de laboratorio, procedimientos y Normas de calidad en productos textiles y artículos confeccionados (30 horas)</p> <p>UF2620: Identificación y análisis de las fibras textiles y especificaciones de hilos y tejidos (70 horas)</p> <p>UF2621: Ensayos de control de calidad para la determinación de solidez de las tinturas y efectos de acabado de tejidos (30 horas)</p> <p>UF2622: Ensayos de control de calidad e inspección de productos textiles (50 horas)</p>	<p>Técnico en control de calidad textil.</p> <p>Técnico en control de calidad de productos de piel y cuero.</p> <p>Técnico en control de calidad en género de punto.</p> <p>Técnico de laboratorios textiles.</p> <p>Técnico de laboratorios de piel.</p> <p>Técnicos de laboratorio de química industrial</p> <p>Técnicos de control de calidad en industrias de piel y cuero</p> <p>Técnicos de control de calidad en industrias textil, en general</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
					<p>MF2058_3: Control de calidad de productos de piel, calzado y marroquinería (180 horas)</p> <p>UF2623: Equipos de laboratorio y Normas de calidad en productos de piel, calzado y marroquinería (30 horas)</p> <p>UF2624: Identificación, clasificación y propiedades de los cueros (60 horas)</p> <p>UF2625: Análisis y ensayos de control de calidad de pieles para determinar sus características y clasificarlas e inspección de lotes de productos de piel, calzado y marroquinería (90 horas)</p> <p>MP0548: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Control de calidad de productos en textil y piel (80 horas)</p>	Técnicos en control de calidad, en general
Textil, confección y piel	Producción de hilos y tejidos	Desarrollo de textiles técnicos	600	<p>Analizar materias primas, productos y procesos textiles.</p> <p>Gestionar la información sobre innovación en el campo de los textiles técnicos.</p> <p>Colaborar en la ejecución de proyectos de desarrollo de textiles técnicos.</p> <p>Controlar el cumplimiento de las normativas sobre procesos y productos del textil técnico.</p>	<p>MF0453_3: (Transversal): Materias, productos y procesos textiles. (150 horas)</p> <p>UF2571: Materias y productos textiles. (30 horas)</p> <p>UF2572: Procesos textiles. (70 horas)</p> <p>UF2573: Control de calidad. (50 horas)</p> <p>MF1242_3: Gestión de la información para el desarrollo de textiles técnicos. (60 horas)</p> <p>MF1243_3: Procesos y productos para el desarrollo de textiles técnicos. (250 horas)</p> <p>UF2816: Materiales para el desarrollo de textiles técnicos. (90 horas)</p> <p>UF2817: Procesos para el desarrollo de textiles técnicos. (90 horas)</p> <p>UF2818: Gestión del desarrollo de textiles técnicos. (70 horas)</p> <p>MF1244_3: Aplicaciones de la normativa en procesos y productos de textiles técnicos. (100 horas)</p> <p>UF2819: Normativa de procesos de textiles técnicos. (30 horas)</p> <p>UF2820: Normativa de productos de textiles técnicos. (70 horas)</p> <p>MP0580: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Desarrollo de textiles técnicos. (40 horas)</p>	<p>Técnico de organización textil (I+D+I).</p> <p>Técnico textil en I+D+ I</p> <p>Técnico textil en desarrollo de nuevos productos.</p>

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

- Especialidades formativas:

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS
Tecnología de las materias textiles	60	Conocer los distintos materiales textiles, así como la normativa vigente referente a los primeros materiales y la fabricación de productos.	<ol style="list-style-type: none"> Las fibras textiles: generalidades Tecnología del hilo de coser. Tecnología del tejido. Tecnología de la piel. Entretelas y fornituras Tecnología del termofijado. Normativa de etiquetado de primeras materias.
Métodos y tiempos en procesos del textil-confección	40	El alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y conocer los métodos de trabajo en el sector de la confección, con el fin de mejorar la productividad.	<ol style="list-style-type: none"> MÉTODOS DE TRABAJO <ol style="list-style-type: none"> Diagrama de aprovechamiento del tiempo. El tiempo improductivo. Encargado/a de taller. Factores que tienden a reducir la productividad. Técnicas para reducir el tiempo improductivo. Equilibrado de taller de confección El equilibrado del trabajo Procesos de elaboración de un escandallo Características de los operarios Sistemas de planificación y control Ejemplo de equilibrado Principios de economía de movimientos. Reglas de economía de movimientos. Resumen de los principios de economía de los movimientos. LOS TIEMPOS DE TRABAJO <ol style="list-style-type: none"> Estudios de tiempos en la empresa. Factores que intervienen en el tiempo de ejecución. Sistemas de cálculo. Impresos.
Fichas técnicas de los productos en el sector textil y confección	40	Interpretar las fichas técnicas de diferentes productos, así como la información propia del diseño y reconocimiento de los componentes integrados en los diversos productos de textil, confección y piel.	<ol style="list-style-type: none"> Diseño de producto Parámetros de una ficha técnica Procesos productivos Productos intermedios y acabados Documentación para formalizar pedidos

TABLA 2. PUESTOS EN RIESGO DE DESAPARICIÓN

En la Fase 2 del estudio realizada, se identificó que el sector podría sufrir una reducción significativa de puestos de **dependientes de tienda**. La tendencia, que se ha visto agudizada con la pandemia, muestra que los puestos de dependientes no van a desaparecer en su totalidad, pero se prevé que sufran una reducción muy importante a medio-largo plazo, siendo en parte sustituidos por las tiendas online y los profesionales especializados en e-commerce.

DEPENDIENTE/A:

- Certificados de profesionalidad:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DEL CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Comercio y marketing	Venta	Actividades de venta	590	Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización. Realizar las operaciones auxiliares a la venta. Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al cliente/consumidor/usuario. Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.	MF0239_2: Operaciones de venta. (160 horas) UF0030: Organización de procesos de venta. (60 horas) UF0031: Técnicas de venta. (70 horas) UF0032: Venta online. (30 horas) MF0240_2: Operaciones auxiliares a la venta. (140 horas) UF0033: Aprovisionamiento y almacenaje en la venta. (40 horas) UF0034: Animación y presentación del producto en el punto de venta. (60 horas) UF0035: Operaciones de caja en la venta.(40 horas) MF0241_2: Información y atención al cliente/consumidor/usuario. (120 horas) UF0036: Gestión de la atención al cliente / consumidor. (60 horas) UF0037: Técnicas de información y atención al cliente / consumidor. (60 horas) MF1002_2: Inglés profesional para actividades comerciales. (90 horas) MP0009: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Actividades de venta. (80 horas)	Cajero/a de comercio. Dependiente de comercio. Vendedor/a. Promotor/a comercial. Operador de contact-center Teleoperadoras (call-center). Televendedor/a. Operador/a de venta en comercio electrónico. Técnico de información y atención al cliente.

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

- Especialidades formativas:

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS
Producto y tecnología textil	90	Identificar el proceso de fabricación del producto textil y sus particularidades una vez ofertado en tienda	1: Materiales empleados en la fabricación del producto. 2: Proceso de diseño y confección del producto. 3: Normativa de composición, conservación, seguridad y salud del producto.
Gestión del punto de venta de moda	200	Gestionar la tienda de moda, la animación del punto de venta y las actividades de venta, a través de canales tanto tradicionales, así como de Internet, utilizando los servicios de gestión y asesoría externos con el fin de garantizar la capacidad de respuesta, permanencia y sostenibilidad, de acuerdo con los criterios de calidad del pequeño comercio y la normativa de prevención de riesgos, laborales.	1: Atención al cliente. 2: La sala de ventas. 3: La caja. 4: El probador. 5: El almacén.
Técnicas de venta en el comercio	50	Aplicar elementos de comunicación, habilidades comerciales y técnicas comerciales de venta en el comercio desde una perspectiva eminentemente práctica, identificando las distintas etapas por las que pasa un proceso de venta, e incluyendo el análisis de los retos que implica la venta en Internet.	1. COMUNICACIÓN, HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA. 1.1.- El arte de vender en el comercio 1.2.- Elementos de la comunicación comercial aplicada 1.3.- Habilidades comerciales 1.4.- Técnicas de venta en el comercio 2. ETAPAS DE LA VENTA Y RETOS EN EL USO DE LA RED 2.1.- Etapas del proceso de venta en el comercio
Fundamentos de gestión y atención al cliente para tiendas	40	Adquirir los conocimientos básicos vinculados al comercio y la gestión de tiendas desde la localización, el merchandising, promoción en el punto de venta, atención al cliente, gestión básica de compras y el control de caja en el TPV.	1. El comercio. 2. La orientación y localización del negocio. 3. El merchandising 4. Publicidad y promoción en el punto de venta. 5. Atención al cliente. 6. El servicio al cliente. 7. Gestión de compras 8. El control de caja.
Punto de venta y psicología del consumidor	40	Definir y organizar los recursos humanos del punto de venta, atendiendo a los criterios del comportamiento del consumidor.	1. PRINCIPIOS Y CRITERIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE VENTA 1.1. Criterios comerciales. 1.2. Optimización de espacios. 1.3. Complementariedad de productos. 2. LA CONCEPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO 2.1. Ubicación de los sectores más importantes. 2.2. Zonas frías y zonas calientes de un establecimiento. 3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL PUNTO DE VENTA 3.1. Normas y pautas generales para la determinación de los recursos humanos y materiales en el punto de venta. 4. PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR 4.1. Cuantitativos: paneles de consumidores, paneles de distribución.

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

ESPECIALIDAD FORMATIVA	HORAS	OBJETIVO GENERAL	CONTENIDOS FORMATIVOS
			4.2. Cualitativos: los geotipos. 5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA 5.1. Comportamiento racional de compra. 5.2. Comportamiento irracional de compra.

4. PROPUESTA DE NUEVOS MÓDULOS Y ESPECIALIDADES

4.1. Conclusiones de la formación disponible por puesto

PUESTO	PROCESO DE TRANSFORMACIÓN	CARENCIAS FORMATIVAS ACTUALES
Diseñador/a	Debido a la transformación tecnológica que está experimentando el sector, este tipo de perfiles deberán mantenerse en constante formación ligado sobre todo a la innovación tecnológica y al uso de herramientas digitales y de metodología de trabajo colaborativa.	<ul style="list-style-type: none"> No se detectan carencias formativas en la oferta actual.
Patronista	Este perfil debe incorporar conocimientos en herramientas digitales de gestión de datos, ERPs y sistemas de información integrados, así como programas digitales de diseño y patronaje que elaboren patrones en menor tiempo y haciendo uso de menos material, lo que juega en favor de la productividad.	<ul style="list-style-type: none"> Falta formación sobre herramientas y programas de patronaje digital.
Responsable de Marketing y técnico de marketing digital	Actualmente es de especial importancia para las empresas del sector textil y moda mantener una sólida imagen de marca, sobre todo en entornos digitales, razón por la cual los especialistas en marketing digital, redes sociales y el comercio electrónico se han vuelto imprescindibles en las empresas del sector. La adaptación de este puesto a las nuevas herramientas digitales en marketing es una prioridad actual y continua.	<ul style="list-style-type: none"> No se detectan carencias formativas en la oferta actual.

ESTUDIO TECNOLOGÍAS EMERGENTES PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL EMPLEO

PUESTO	PROCESO DE TRANSFORMACIÓN	CARENCIAS FORMATIVAS ACTUALES
Gestor e-commerce	A pesar del crecimiento del comercio electrónico en los últimos años (y acentuándose especialmente durante la pandemia sanitaria y el confinamiento), que los espacios físicos en que los productos se venden hablen de la cultura de la marca y optimicen tanto el espacio como la imagen que proyectan, es especialmente valorado por las empresas en la actualidad. Este puesto debe adaptarse a las nuevas plataformas y herramientas de venta on line, se trata en realidad de un puesto de nueva creación asociado a los nuevos hábitos de compra.	<ul style="list-style-type: none"> • No se detectan carencias formativas en la oferta actual.
Encargado/a de almacén	Debido a las nuevas tecnologías en el sector logístico y los nuevos hábitos de compra a través de plataformas digitales, este puesto debe adaptarse a las nuevas herramientas de gestión logística.	<ul style="list-style-type: none"> • Formación sobre soluciones digitales para la gestión de logística y almacén • Formación sobre soluciones digitales concretas de aplicación en logística y gestión de almacén. Por ejemplo, formación sobre automatización (etiquetas RFID), análisis de datos, etc.
Ingeniero/a de proyectos	La industria textil es uno de los sectores con mayores cifras de contaminación, y la tendencia hacia la sostenibilidad, tanto en materiales como en procesos, ha provocado que las empresas (sobre todo las de mayor tamaño) quieran contar con perfiles especialistas en el desarrollo de negocio de forma sostenible y familiarizados con la responsabilidad social corporativa. Así mismo, debe adaptarse las nuevas tecnologías y proyectos.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de Responsabilidad Social Corporativa, especialmente en materia de sostenibilidad medioambiental tanto en materiales como en procesos.

4.2. Propuesta de módulos formativos

PUESTO	ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN
Diseñador/a	<p>La oferta formativa para los perfiles de diseño es muy variada y está especializada. En la actualidad, cuentan con certificados de profesionalidad y especialidades formativas específicas de diseño textil, calzado y marroquinería. Adicionalmente, las especialidades formativas abordan diferentes herramientas de diseño, como AUTOCAD, Adobe Indesign o IcadTAC.</p> <p>No obstante, los cursos deben continuar actualizándose a medida que surjan nuevas herramientas de diseño o se lancen nuevas versiones de las actuales, con opciones de diseño más avanzadas.</p>

PUESTO	ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN
<p>Patronista</p>	<p>La oferta formativa orientada a los patronistas está muy especializada en el patronaje textil, de piel, marroquinería y calzado. Sin embargo, no se ofrecen cursos de patronaje digital ni de herramientas de patronaje digitales. Actualmente, cada vez se realiza menos patronaje manual o con herramientas tradicionales, por lo que es importante incorporar esta formación a la oferta disponible. De esta manera, será posible agilizar los procesos en la industria textil, tales como la moldería.</p> <p>Por ello, se propone una nueva especialidad formativa, denominada “herramientas digitales para el diseño y patronaje de productos textiles”, de 40h de duración. Esta formación se impartiría con el objetivo de dotar de conocimiento sobre el uso de los programas digitales de diseño y patronaje.</p>

PROPUESTA FORMATIVA
<p>Nombre de la especialidad: HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EL DISEÑO Y PATRONAJE DE PRODUCTOS TEXTILES</p>
<p>Contexto: En la actualidad, existen herramientas digitales de diseño y patronaje de productos del sector textil, confección y piel, que facilitan las funciones del patronista. Las compañías del sector deben conocer el potencial de las soluciones digitales de aplicación al diseño y patronaje, así como la forma de integrarlas en sus procesos productivos. En concreto, el uso de las herramientas digitales frente al método tradicional les aportará una mayor competitividad acortando los tiempos operativos, mejorando la calidad de los productos y economizando tanto dinero como materiales.</p>
<p>Objetivos del curso: Adquirir los conocimientos necesarios para el manejo de las nuevas herramientas digitales para el diseño y patronaje de nuevos productos del sector textil, confección y piel.</p>
<p>Dirigido a: Patronistas</p>

Duración: 25h

Contenidos formativos:

1. Patronaje digital (5h)
 - 1.1. ¿Qué es el patronaje digital?
 - 1.2. Beneficios del patronaje digital
 - 1.3. Herramientas de patronaje digital

2. Plataformas digitales para el diseño y patronaje de productos textiles (10h)
 - 2.1. Herramientas Digitales para el Desarrollo de patrones en 2D
 - 2.2. El uso del 3D para el desarrollo de productos textiles

3. Manejo de herramientas de patronaje digital (10h)
 - 3.1. Comandos básicos y avanzados
 - 3.2. Elaboración de prototipos de confección, calzado y marroquinería.
 - 3.3. Exportación, impresión y digitalización

PUESTO	ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN
Responsable y técnico de marketing digital	<p>La oferta formativa en marketing digital no está sectorizada, sino que es transversal a todos los sectores. Existen una multitud de especialidades vinculadas con la planificación estratégica, las técnicas de marketing digital e incluso el marketing del comercio electrónico.</p> <p>Se considera que la oferta formativa actual es muy completa, está actualizada y va a facilitar el proceso de transformación hacia las herramientas y técnicas de marketing digitales frente a las más tradicionales. Por ello, no se propone ninguna ampliación en la oferta formativa actual para los perfiles de marketing.</p>

PUESTO	ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN
Gestor de e-commerce	<p>Aunque el gestor de e-commerce o comercio electrónico no cuenta con ningún certificado de profesionalidad específico, sí que tiene a su disposición una amplia oferta de especialidades formativas.</p> <p>Dado el crecimiento exponencial del comercio electrónico en los últimos años, y en especial en el sector textil y moda, hay una demanda alta de este tipo de perfiles. Muchos profesionales del mundo del marketing, comercial y ventas se deberán adaptar a las nuevas herramientas y plataformas de venta online. Por ello, se propone priorizar la formación disponible en la actualidad, tanto las formaciones genéricas de comercio electrónico, como las orientadas a técnicas, herramientas y programas de venta online.</p>

PUESTO	ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN
<p>Responsable de almacén</p>	<p>La formación orientada a los puestos de responsabilidad en un almacén no ofrece contenidos sobre las nuevas tecnologías de aplicación en la gestión de almacenes: automatización, etiquetas RFID... No obstante, el certificado actual sí que contiene formación en ERP y otros softwares de gestión.</p> <p>Debido al auge de la venta online, este rol se ha convertido en una figura imprescindible en la cadena de suministro, para poder llevar a cabo un correcto desarrollo de las actividades de la empresa. Por lo tanto, este puesto debe adquirir conocimientos sobre las nuevas tecnologías y herramientas de gestión logística para el almacén. Se propone incluir al Certificado de Profesionalidad actual "Organización y gestión de almacenes" (390h) un nuevo módulo de "Nuevas tecnologías de aplicación en Logística y Gestión de almacén".</p>

PROPUESTA FORMATIVA
<p>Nombre de la especialidad: NUEVAS TECNOLOGÍAS DE APLICACIÓN EN LOGÍSTICA Y GESTIÓN DE ALMACÉN</p>
<p>Contexto: La necesidad de automatización de los procesos es fundamental en la gestión de procesos, de forma que las personas se apoyen en la tecnología para poder realizar su trabajo. La gestión de almacén y logística requiere de muchos procesos repetitivos que la tecnología puede realizar de forma más eficiente. Adicionalmente, genera trazabilidad del proceso para su posterior análisis y toma de decisiones.</p>
<p>Objetivos del curso: Capacitar a los profesionales en el uso de tecnologías clave en la gestión de almacén y logística, de forma que puedan apoyarse en la automatización de procesos y puedan mejorar en eficacia al disminuir errores.</p>
<p>Dirigido a: Técnicos/as de logística, Responsables de la gestión de almacén, operarios/as de almacén</p>
<p>Duración: 390 horas duración actual. Duración del nuevo módulo: 60h</p>

Contenidos formativos:

MF1014_3: Organización de almacenes.

UF0926: Diseño y organización del almacén.

Módulo: Nuevas tecnologías de aplicación en Logística y Gestión de almacén (60h) - NUEVO

UF00927: Gestión del equipo de trabajo del almacén.

UF00928 (transversal) Seguridad y prevención de riesgos en el almacén.

MF1015_2: Gestión de las operaciones de almacenaje.

UF00929: Gestión de pedidos y stock.

UF00928: (transversal) Seguridad y prevención de riesgos en el almacén.

MF1005_3: (transversal) Optimización de la cadena logística.

MP0193: Módulo de prácticas profesionales no laborales de organización y gestión de almacenes

PUESTO	ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN
<p>Ingeniero/a de proyectos</p>	<p>La formación de los ingenieros de proyectos del sector textil y moda es variada y técnica. Sin embargo, no contempla la formación en materia de sostenibilidad medioambiental. La tendencia de la industria textil hacia la sostenibilidad requiere que estos perfiles tengan conocimientos para encontrar soluciones a la disminución de recursos y materias primas, al desarrollo de un negocio sostenible y sean capaces de innovar y diferenciarse a través del ecodiseño.</p> <p>Por ello, se propone ofrecer una nueva especialidad formativa sobre “Ecodiseño y gestión de la sostenibilidad en el sector textil y moda” de 40 horas de duración.</p>

PROPUESTA FORMATIVA
<p>Nombre de la especialidad: ECODISEÑO Y GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TEXTIL Y MODA</p>
<p>Contexto:</p> <p>La huella ambiental de la industria de la moda ha crecido de manera exponencial en los últimos años. Se sitúa como la segunda industria más contaminante del mundo, debido a las altas emisiones de CO2 y a las toneladas de desechos textiles que produce. Es imprescindible que los actores responsables de proyectos de textil-confección adquieran conocimientos para la gestión de la sostenibilidad y el ecodiseño en el sector.</p>
<p>Objetivos del curso:</p> <p>Dotar a los alumnos de conocimientos sobre la fabricación y distribución textil sostenible, incluyendo conocimientos técnicos y de gestión de procesos sostenibles.</p>
<p>Dirigido a: ingeniero/a de proyecto</p>
<p>Duración: 40h</p>
<p>Contenidos formativos:</p>

1. Sostenibilidad y Ecodiseño (20h)
 - 1.1. Concepto de sostenibilidad
 - 1.2. Tendencias del sector, cadena de valor textil y principales stakeholders en el sector
 - 1.3. Diseño sostenible
 - 1.4. Innovación y Tecnología Textil Sostenible

2. Gestión de la Sostenibilidad en la Empresa (10h)
 - 2.1. Residuos cero
 - 2.2. Materias primas y procesos
 - 2.3. Estrategias de gestión de los residuos textiles.

3. Ciclo de vida en el sector textil (5h)
 - 3.1. Fabricación
 - 3.2. Distribución

4. Ecoetiquetado y certificaciones. (5h)
 - 4.1. Indicadores de mercado en clave de sostenibilidad.