

MÓDULOS FORMATIVOS E ESPECIALIDADES SECTOR TÉXTIL E MODA



1. INTRODUCCIÓN E CONTEXTO DA PROPOSTA FORMATIVA.....	3
2. FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA POSTO DE TRABAJO	4
3. CONTIDOS DA FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA POSTO DE TRABAJO	11
4. PROPOSTA DE NOVOS MÓDULOS E ESPECIALIDADES.....	35
4.1. Conclusións da formación dispoñible por posto	35
4.2. Proposta de módulos formativos.....	37

1. INTRODUCCIÓN E CONTEXTO DA PROPOSTA FORMATIVA

A partir do estudo da transformación e evolución dos postos de traballo do sector Têxtil e Moda levado a cabo na Fase 2 dos traballos, identificáronse os seguintes postos de traballo, así como unha aproximación da evolución dos mesmos.

Postos de traballo máis demandados actualmente:

- Patronista
- Operario/a textil
- Operario/a de almacén
- Responsable de márketing
- Xestor/a e-commerce

Postos de traballo que se están transformando:

- Deseñador/a
- Patronista
- Enxeñeiro/a de proxectos
- Encargado/a de almacén
- Responsable de márketing
- Técnico/a de márketing
- Xestor/a e-commerce

Postos de traballo que poden desaparecer:

- Dependente/a

2. FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA POSTO DE TRABAJO

A partir da matriz de ocupacións actuais do sector e dos perfís profesionais, realizouse unha análise da formación actual (certificados de profesionalidade e especialidades formativas) dispoñibles na actualidade para aqueles postos que están en proceso de transformación ou en risco de desaparición.

TÁBOA 1. POSTOS EN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
Deseñador/a	Grao en Deseño de moda Formación profesional (ciclo superior) en deseño de moda ou patronaxe e moda	Formación en patronaxe Valorable: máster ou cursos de especialización en deseño téxtil (ex. Deseño Téxtil e de Superficies, Deseño de Moda, Fashion Styling and Communication, Accessories Design, Tecnoloxía e Innovación Téxtil, Deseño Dixital Aplicado á Moda).	Formación en sistemas de xestión/ ferramentas dixitais de metodoloxía colaborativa Coñecementos/ formación en programas dixitais de deseño (ex. Illustrator, Photoshop, Lightroom, CaptureOne Avanzado, Prestashop, Modelado poligonal con software 3D)	Creación e desenvolvemento de produto, panel de tendencias e colección. Desenvolvemento de pezas. Interpretación de tendencias de tempada. Proxección de coleccións en vestido e complementos. Colaboración na selección da paleta de cores, tecidos, fornituras, volumes e looks representativos para cada campaña. Entender e conceptualizar o target dos clientes, en canto a gustos e preferencias para realizar as coleccións. Desenvolvemento de mostras, elaborando as correspondentes fichas técnicas e supervisando as posibles modificacións de produción. Presentar a colección ao cliente, traballar sobre feedback e manter boas relacións cos clientes. Coñecemento e capacidade de análise e identificación das tendencias globais de moda. Comunicación e negociación interna con departamentos transversais.	Compromiso, implicación, proactividade, dinamismo, creatividade, responsabilidade, capacidade de organización e orientación ao cliente Dotes comunicativos	- Deseño técnico de estampaxe téxtil (630h) - Patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel (780h)	- Estampaxe dixital téxtil (60h) - Estampaxe e ennobrecemento téxtil (20h) - Produto e tecnoloxía téxtil (90h) - Deseño gráfico téxtil (150h) - Deseño e fabricación de marroquinería (600h) - Deseño de pisos para calzado asistido por computador (120h) - Deseño de tacóns asistido por computador (IcadTAC). Nivel I (20h) - Deseño asistido por computador con AUTOCAD (50h) - Deseño e maquetación con Adobe Indesign (60h)

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
Patronista	Formación Profesional de Grao Superior ou medio na rama téxtil, confección industrial, patronaxe e moda. Curso de patronista e confección	Coñecementos en deseño de moda Coñecementos de teas en xeral Valorable: curso de patronista industrial Coñecementos e manexo de programas de patronaxe	Coñecemento sobre novas tecnoloxías e ferramentas tecnolóxicas: coñecementos e manexo de programas de patronaxe Programas de Deseño asistido por computador	Elaborar patróns base a partir de mostra física. Dixitalización e marcadas en software de patronaxe. Elaboración de fichas técnicas dos patróns. Verificación que o patrón sexa tecnicamente viable e compatible coa mostra. Comprobación do ensamblado das pezas cortadas. Compras relacionadas con insumos de materiais.	Traballo en equipo, proactividade, organización, dinamismo, orientación á xestión e a resultados, orientación ao cliente, comunicación eficaz e motivación pola mellora continua	- Patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel (780h) - Patronaxe de calzado e marroquinería (750h)	- Patronaxe Industrial (30h) - Produto e tecnoloxía téxtil (90h) - Deseño e fabricación de marroquinería (600h) - Patronaxe de calzado asistido por computador (IcadPAT) (80h)
Responsable de márketing	Grao universitario. Máster en Márketing	Community manager. Dominio avanzado en deseño gráfico Coñecemento alto de inglés	Ferramentas de Business Intelligence e CRM Análise de datos- Big Data	Desenvolvemento e mantemento no deseño da estratexia de comunicación e no plan de márketing anual. Seguimento e análise de KPIs. Deseño de creatividade e material fotográfico en deseño web. Redacción de contidos e gráfico para rrss. Soporte rrrpp, feiras e eventos. Coordinar accións de Márketing do produto, proponendo unhas solucións dixitais consensuada ás necesidades de campañas/comunicacións que xurdan. Coordinación entre os equipos de Márketing (internos e externos) e a empresa.	Creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica e con capacidade de xestionar e traballar en equipo Capacidade de organización e orientación ao cliente	- Xestión de Márketing e Comunicación (810h)	- Plan de márketing e organización de vendas (35h) - Planificación de márketing (30h) - Plan de márketing directo e fidelización de clientes (25h) - Técnicas de márketing en liña, buscadores, social media e móbil (90h) - Márketing en liña: deseño e promoción de sitios web (30h) - Fundamentos do plan de márketing na Internet (30h) - Márketing estratéxico dixital (50h) - Xestión do márketing 2.0 (90h)

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
							<ul style="list-style-type: none"> - Como elaborar un plan de márketing dixital (50h) - Estratexias de venda omnicanle e experiencia de cliente (30h) - Xestión lóxística e e-commerce management para marketplaces (250h) - Ferramentas na Internet: comercio electrónico (80h)
Técnico de márketing dixital	Ciclo superior en márketing e publicidade	<p>Community manager</p> <p>Dominio avanzado en deseño gráfico</p> <p>Coñecemento alto de inglés</p> <p>Coñecementos en márketing dixital, vendas e RRSS</p> <p>Coñecemento/experiencia no uso de ferramentas de monitoraxe e programación de contidos, ferramentas de Márketing Dixital, RRSS, Analítica Web</p>	<p>Coñecemento funcional do SEM, así como ecosistemas dixitais a nivel de landing, promocións, modificacións de procesos, funcionamento de canles etc.</p> <p>Coñecementos SEO, SEM, Mailing, Google Etiqueta, Google AdWords, Sheets, Big Query e SQL</p> <p>Ferramentas de visualización de datos</p>	<p>Dar soporte ao responsable do departamento de márketing para o desenvolvemento da estratexia</p> <p>Xestionar e xerar contido das RRSS da compañía.</p> <p>Planificar os medios dixitais.</p> <p>Facer seguimento de social media e analizar os datos para a optimización de campañas dixitais.</p> <p>Deseño de estratexias de Márketing, xestión de canles.</p> <p>Análises de resultados, realización de informes, optimización e reporte do funcionamento de campañas e canles.</p> <p>Coordinación entre os equipos de Márketing.</p>	<p>Creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica e con capacidade de traballar en equipo</p>	<p>- Xestión de Márketing e Comunicación (810h)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de márketing e organización de vendas (35h) - Plan de márketing directo e fidelización de clientes (25h) - Técnicas de márketing en liña, buscadores, social media e móbil (90h) - Márketing en liña: deseño e promoción de sitios web (30h) - Fundamentos do plan de márketing na Internet (30h) - Márketing estratéxico dixital (50h) - Especialista en márketing dixital (130h). - Xestión do márketing 2.0 (90h)

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
							<ul style="list-style-type: none"> - Estratexias de venda omnicanle e experiencia de cliente (30h) - Xestión lóxística e e-commerce management para marketplaces (250h) - Ferramentas na Internet: comercio electrónico (80h)
Xestor e-commerce	<p>Grao ou titulación superior, preferiblemente en Marketing, Gestión comercial, ADE Publicidade, Data ou similar</p> <p>Valórase máster de especialización e experiencia en xestión de e-commerce</p>	<p>Community manager. Dominio avanzado en deseño gráfico</p> <p>Coñecemento alto de inglés</p> <p>Bo coñecemento de Wordpress</p> <p>Coñecementos en márketing dixital, vendas e RRSS</p> <p>Coñecemento/experiencia no uso de ferramentas de monitoraxe e programación de contidos, ferramentas de Márketing Dixital, RRSS, Analítica Web</p>	<p>Coñecemento funcional do SEM, así como ecosistemas dixitais a nivel de landing, promocións, modificacións de procesos, funcionamento de canles etc.</p> <p>Coñecementos SEO, SEM, Mailing, Google Etiqueta, Google AdWords, Sheets, Big Query e SQL</p> <p>Ferramentas de visualización de datos</p>	<p>Xestión de campañas publicitarias e coñecemento avanzado de SEO/SEM. Creación e xestión de bases de datos e analítica avanzada.</p> <p>Facer seguimento e analizar os datos para a optimización de campañas dixitais.</p> <p>Análise de resultados, realización de informes, optimización de plataformas de venda.</p> <p>Creación, xestión e execución da estratexia de e-commerce das diferentes marcas e nos distintos soportes (propios e de terceiros) e mercados nos que estea presente a Compañía.</p> <p>Xestión diaria da canle E-commerce: Plataformas Marketplaces, portais propios E-commerce, Venda a través de redes sociais etc.</p> <p>Activación de campañas, reporte de vendas.</p> <p>Coñecer e explotar a información de mercado para detectar novas oportunidades de mercado (D2C) e propoñer plans de acción.</p>	<p>Actitude positiva, iniciativa, innovación, capacidade de análise, comunicación creatividade, dinamismo, organización, capacidade analítica, orientación a resultados e orientación ao cliente</p>	<p>Non se identificaron certificados de profesionalidade para este posto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio electrónico (40h) - Ferramentas na Internet: comercio electrónico (80h) - Xestores en liña para o desenvolvemento de sitios web e e-commerce: práctica profesional (200h) - Desenvolvemento de proxectos e-commerce para pemes (300h) - Negocios en liña e comercio electrónico (80h) - Márketing en liña: deseño e promoción de sitios web (30h) - Xestión lóxística e e-commerce management para marketplaces (250h) - Desenvolvemento de proxectos de comercio electrónico con

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
				<p>Aliñar os plans e a pauta de execución cos diferentes stakeholders para implementar de maneira satisfactoria a estratexia omnicanle.</p> <p>Xestión do posicionamento orgánico e desenvolvemento da identidade dixital: control de contido, carga de novidades, actualización de produtos.</p> <p>Xeración de tráfico e optimización das diferentes técnicas de captación e atribución.</p> <p>Planificación e execución de campañas (SEM, PPC, emailing) en buscadores, marketplaces, comparadores.</p> <p>Supervisión da xestión da atención ao cliente, reviews etc.</p> <p>Supervisión da Xestión interna do back office e a analítica web.</p> <p>Xestión de equipos e de provedores dixitais.</p>			woocommerce e prestashop (250h)
Encargado/a de almacén	Educación secundaria obrigatoria.	Valorable: Ciclo superior de loxística. Coñecementos de loxística e transporte	Coñecemento e manexo de novas ferramentas dixitais de loxística	<p>Xestión de almacén e equipo de traballo. Recepción de ordenes de entrada e pedidos e xestión dos mesmos.</p> <p>Supervisión zona de almacén. Recepción e preparación de mercadoría, control de stocks, xestión distintas funcións de almacén (coordinación entre departamentos, preparación de documentación, organización de materiais, supervisión de cargas en camiós...)</p> <p>Organización do persoal (Asignación e supervisión de tarefas, controlar o cumprimento da normativa da empresa.</p>	Proactividade, responsabilidade e capacidade de traballar en equipo Xestión do tempo Organización	- Organización e xestión de almacéns (390h) - Xestión e control do aprovisionamento (450h)	<ul style="list-style-type: none"> - Xestión básica do almacén (20h). - Organización do almacén (30h) - Xestión loxística. e e-commerce management para marketplaces (250h). - Asistencia técnica na loxística dos procesos de externalización da produción téxtil, pel e confección (780h).
Enxeñeiro/a de proxectos	Titulado universitario	Coñecementos en materia de	Coñecementos en procesos de	Desenvolvemento de proxectos a nivel global da empresa	Organización, capacidade de		

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
	(Enxeñería téxtil ou industrial)	impacto ambientais. Inglés avanzado escrito e falado	fabricación e en evolución das novas tecnoloxías téxtils dispoñibles	Xestión de proxectos de administración pública para desenvolvemento de novas técnicas, produtos, maquinaria, enfocados á mellora de produto, procesos e empresa. Optimizar os procesos de traballo da planta de produción asociado co cumprimento normativo en téxtil Xestión e control de calidade de procesos. Análise de datos.	traballar en equipo, orientación ao cliente, proactividade, innovación e capacidade analítica	- Control de calidade de produtos en téxtil e pel (620h) - Desenvolvemento de téxtils técnicos (600h)	- Tecnoloxía das materias téxtils (60h) - Métodos e tempos en procesos de téxtil-confección (40h) - Fichas técnicas dos produtos no sector téxtil e confección (40h)

TÁBOA 2. POSTOS EN RISCO DE DESAPARICIÓN

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
Dependente/a	Educación secundaria obrigatoria	Valorable dominio de Redes Sociais e habilidades para manexo de programas informáticos de xestión de stocks	Non requirido.	Atención ao cliente, venda e reposición de xénero. Asesoramento aos clientes sobre os diferentes produtos adaptado ás súas necesidades. Xestión visual e administrativa da tenda. Control de stocks e inventario.	Dinamismo, orientación ao cliente, Habilidades comunicativas. Traballo en equipo	- Actividades de venda (590h)	- Produto e tecnoloxía téxtil (90h) - Xestión do punto de venda de moda (200h) - Técnicas de venda no comercio (50h) - Fundamentos de xestión e atención ao

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

Postos	Perfil profesional						
	Formación requirida	Coñecementos complementarios	Coñecementos complementarios futuros	Competencias técnicas actuais	Competencias non técnicas (soft skills)	Certificados de profesionalidade identificados	Especialidades formativas identificadas
		Técnicas de Venda Coñecementos informáticos nivel usuario					cliente para tenda (40h) - Punto de venda e psicoloxía do consumidor (40h)

3. CONTIDOS DA FORMACIÓN ACTUAL IDENTIFICADA PARA CADA POSTO DE TRABAJO

As seguintes táboas detallan o obxectivo e contidos da formación identificada (certificados de profesionalidade e especialidades) para cada posto de traballo en proceso de transformación e en risco de desaparición.

TÁBOA 1. POSTOS EN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

DESEÑADOR/A:

- Certificados de profesionalidade:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Téxtil, confección e pel	Ennobrecemento de materiais téxtiles e peles	Deseño técnico de estampaxe téxtil	630	<p>Analizar materias primas, produtos e procesos téxtiles</p> <p>Realizar o deseño técnico de estampados téxtiles asegurando a súa viabilidade</p> <p>Adaptar os procedementos de preparación, tintura, aprestos e acabados aos requirimentos do deseño</p> <p>Adaptar os procedementos para a realización de estampados téxtiles</p>	<p>MF0453_3: (Transversal) Materias, produtos e procesos téxtiles (150 horas)</p> <p>UF2571: Materias e produtos téxtiles (30 horas)</p> <p>UF2572: Procesos téxtiles (70 horas)</p> <p>UF2573: Control de calidade (50 horas)</p> <p>MF0900_3: Deseño técnico de estampados téxtiles (200 horas)</p> <p>UF2574: Tratamento da imaxe e o deseño dos estampados téxtiles (80 horas)</p> <p>UF2575: Cor e colorimetría na estampaxe téxtil (60 horas)</p> <p>UF2576: Fontes de información e análise de tendencias dos estampados téxtiles (60 horas)</p> <p>MF0901_3: Principios e técnicas de ennobrecemento téxtil (120 horas)</p> <p>UF2577: Preparación e tintura téxtil (80 horas)</p> <p>UF2578: Aprestos e acabados téxtiles (40 horas)</p> <p>MF0902_3: Principios e técnicas de estampaxe téxtil (120 horas)</p>	<p>Deseñadores de estampados téxtiles</p> <p>Deseñador técnico de estampados téxtiles con CAD-CAM</p> <p>Técnico en deseño de estampaxe téxtil (I+D+i)</p> <p>Técnico especialista de estampados téxtiles</p>

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
					UF2579: Substratos para a estampaxe e colorimetría téxtil (40 horas) UF2580: Técnicas e procesos de estampaxe (80 horas) MP0539: Módulo de prácticas profesionais non laborables de Deseño técnico de estampaxe téxtil (40 horas)	
Téxtil, confección e pel	Confección en téxtil e pel	Patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel	780	Analizar materias primas, produtos e procesos de confección, calzado e marroquinería Analizar e interpretar o deseño, colaborando na definición do produto en téxtil e pel Desenvolver a modelaxe de pezas sobre manequín Planificar e desenvolver os patróns para o modelo para confeccionar Industrializar os patróns do modelo de artigos de confección en téxtil e pel	MF0474_3 (Transversal) Materias, produtos e procesos en confección, calzado e marroquinería (150 horas) UF2626: Materiais Têxteis para confección, calzado e marroquinería (90 horas) UF2627: Pel e Coiro para confección, calzado e marroquinería (60 horas) MF0912_3: (Transversal) Creación de produtos en téxtil e pel (60 horas) MF0913_3: (Transversal) Técnicas e modelaxe de pezas sobre manequín (90 horas) UF2862: Estudo e análise do deseño para a realización do axuste "da toile" ou "glasilla" do modelo (30 horas) UF2863: Obtención do prototipo, a partir "da toile", para a súa posterior transformación e creación de coleccións (60 horas) MF0914_3: Técnicas de patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel (240 horas) UF2864: Elaboración dos patróns base de artigos de confección e pel (90 horas) UF2865: Transformación dos patróns de artigos de confección e pel (90 horas) UF2866: Verificación dos patróns de artigos de confección e pel (60 horas) MF0915_3: Industrialización de patróns de artigos de confección en téxtil e pel (120 horas) UF2867: Estudo e realización do escalado de patróns para a industrialización de artigos de confección en téxtil e pel (60 horas) UF2868: Estudo e realización da marcada de patróns para a industrialización de artigos de confección en téxtil e pel (60 horas) MP0589: Módulo de prácticas profesionais non laborais de patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel (120 horas)	Modelista-patronista de pezas de vestir Modelistas-patronistas-escaladores de pezas de vestir, excepto pel e coiro Modelistas-patronistas-escaladores de pezas de vestir en pel e coiro (excepto peletería) Modelistas-patronistas de peletería Deseñador técnico de patronaxe con CAD/CAM Modelista-patronista-escalador de chapeus e gorras Patronista-escalador de pezas de vestir

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

- Especialidades formativas:

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Estampaxe dixital téxtil	60	Aplicar a tecnoloxía dixital á estampaxe téxtil no sector Téxtil-Fogar, desenvolvendo unha mirada estética e creativa no deseño de estampados e implementando os conceptos de creación de colección desde o punto de vista comercial e creativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción á estampaxe téxtil 2. Tendencias, inspiración e referentes 3. Obtención, creación e manipulación de imaxes 4. Axustes e transformacións 5. Posibilidades de traballo con seleccións, canles e máscaras 6. Ferramentas de debuxo e pintura 7. Elaboración de rapports. 8. Posicionais, panneau, estampados a medida e a súa aplicación a diferentes produtos 9. Separacións de cor 10. Proxecto
Estampaxe e ennobrecemento téxtil	20	Desenvolver tarefas de estampaxe en diferentes tecidos, utilizando os produtos, as máquinas e as técnicas máis apropiadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. AS FIBRAS TÉXTILES <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Tipos de fibras téxtiles 1.2. A calidade téxtil 1.3. O ennobrecemento téxtil 2. PRODUTOS E INSTALACIÓNS DE ESTAMPAXE <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Produtos de estampaxe 2.2. Espesantes 2.3. Instalacións de estampaxe 3. AS MÁQUINAS DE ESTAMPAXE <ol style="list-style-type: none"> 3.1. As máquinas de estampaxe 3.2. Preparación e programación 3.3. Mantemento 4. MÉTODOS E TÉCNICAS DE ESTAMPAXE <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Aplicacións químicas na estampaxe 4.2. A pantalla de estampaxe 4.3. O deseño para motivos localizados con encaixado de cores 4.4. O deseño para estampaxe continua 4.5. Estampaxe directa con pigmentos 4.6. Técnicas orientais 4.7. As acuarelas 4.8. As tinguiduras naturais 4.9. A serigrafía 4.10. A estampaxe e o coidado do medio ambiente 5. CONTIDOS PRÁCTICOS

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Produto e tecnoloxía téxtil	90	Identificar o proceso de fabricación do produto téxtil e as súas particularidades unha vez ofertado entenda	1: Materiais empregados na fabricación do produto 2: Proceso de deseño e confección do produto 3: Normativa de composición, conservación, seguridade e saúde do produto
Deseño gráfico téxtil	150	Coñecer todas as ferramentas existentes na actualidade que se utilizan para o deseño gráfico, utilizando os comandos e as ferramentas dos programas co fin de poder maquetar un deseño que poida ser despois levado ao tecedura e á estampaxe e iniciándose na elaboración de deseños téxtiles estampados, nos procesos de creación, desenvolvemento e técnicas da estampaxe téxtil	1. DESEÑO GRÁFICO 1.1. Linguaxe e Deseño gráfico. Introducción 1.2. Imaxes bitmap e vectoriais. Os formatos JPG, TIF, BMP, EPS, PSD 1.3. Uso do Escáner, Os parámetros de resolución, dimensións e píxeles 1.4. O uso das capas, modos de cor, a caixa de ferramentas 1.5. Retoque fotográfico. O reencadre. A ferramenta tampón 1.6. Os gráficos na Internet. Redución de peso das imaxes 1.7. Conceptos de imaxe vectorial 1.8. O uso correcto das tipografías. Instalación 1.9. Debuxo vectorial. Man alzada e primitiva. Os nodos 1.10. Deseño e Equilibrio da cor. Conceptos de maquetación 1.11. Os formatos. Definición de persoais (layout) 1.12. Caixa de Ferramentas 1.13. Programas de deseño gráfico e ilustración. Adobe Photoshop e Adobe Illustrator 1.14. Maquetación de diversos formatos gráficos 1.15. Exportación Vectorial a Mapa de bits. Vectorización de bitmaps 1.16. Uso do Escáner e a cámara dixital 1.17. Maquetación de diversos formatos gráficos 1.18. Exportación Vectorial a Mapa de bits. Vectorización de bitmaps 1.19. Uso do Escáner e a cámara dixital 2. DESEÑO DE ESTAMPADOS 2.1. Creación e desenvolvemento dun rapport 2.2. Elaboración de deseños en repetición e posicionais 2.3. Colorido e texturas 2.4. Desenvolvemento dunha colección 2.5. Estampaxe manual e industrial 2.6. Iniciación de Deseño de estampados asistido por computador
Deseño e fabricación de marroquinería	600	Elaborar artigos de marroquinería, aplicando as técnicas necesarias e producíndoos na cantidade e calidade e nos prazos establecidos seguindo as normas de seguridade laboral correspondentes	1: Materiais na confección de produtos de marroquinería 2: Deseño e patronaxe para marroquinería 3: Operacións de corte para marroquinería 4: Operacións de aparado para marroquinería 5: Operacións de acabado para marroquinería 6: Hixiene e seguridade laboral

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Deseño de pisos para calzado asistido por computador	120	Realizar deseños de pisos de calzado mediante a ferramenta informática Icad3DP	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos xerais de expresión gráfica 2. Revisión de conceptos en sistemas CAS 3. Modelado 2D 4. Modelado 3D 5. Iluminación 6. Texturas e materiais 7. Render avanzado 8. Deseño de pisos
Deseño de tacóns asistido por computador (IcadTAC). Nivel I	20	Realizar o deseño de tacóns e tapas en 3D, utilizar os comandos básicos do programa IcadTAC mediante a realización de polo menos 3 modelos, incluíndo tacón, tapa e buracos e o seu escalado posterior	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contorna de traballo 2. Deseño do tacón 3. Visualización en 2 e 3 dimensións 4. Escalado do tacón 5. Impresión do tacón, editor de mecanizado 6. Tapas
Deseño asistido por computador con AUTOCAD	50	Deseñar e modelar pezas en 2D e 3D manexando ferramentas do software AUTOCAD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Funcións comúns 3. Enxeñería de procesos 4. Técnicas de racionalización do deseño mecánico 5. Modelado de pezas en 2D 6. Modelado de pezas en 3D
Deseño e maquetación con Adobe Indesign	60	Manexar as ferramentas e comandos do programa Adobe Indesign para a composición e maquetación de produtos gráficos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos básicos 2. A contorna de traballo de InDesign 3. Configuración de páxinas en InDesign 4. Traballar con texto en InDesign 5. Ferramentas de InDesign 6. Ferramentas 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 profesionalidade:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Téxtil, confección e pel	Confección en téxtil e pel	patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel	780	<p>Analizar materias primas, produtos e procesos de confección, calzado e marroquinería</p> <p>Analizar e interpretar o deseño, colaborando na definición do produto en téxtil e pel</p> <p>Desenvolver a modelaxe de pezas sobre manequín.</p> <p>Planificar e desenvolver os patróns para o modelo para confeccionar</p> <p>Industrializar os patróns do modelo de artigos de confección en téxtil e pel</p>	<p>MF0474_3 (Transversal) Materias, produtos e procesos en confección, calzado e marroquinería (150 horas)</p> <p>UF2626: Materiais Téxtiles para confección, calzado e marroquinería (90 horas)</p> <p>UF2627: Pel e Coiro para confección, calzado e marroquinería (60 horas)</p> <p>MF0912_3: (Transversal) Creación de produtos en téxtil e pel (60 horas)</p> <p>MF0913_3: (Transversal) Técnicas e modelaxe de pezas sobre manequín (90 horas)</p> <p>UF2862: Estudo e análise do deseño para a realización do axuste "da toile" ou "glasilla" do modelo. (30 horas)</p> <p>UF2863: Obtención do prototipo, a partir "da toile", para a súa posterior transformación e creación de coleccións (60 horas)</p> <p>MF0914_3: Técnicas de patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel (240 horas)</p> <p>UF2864: Elaboración dos patróns base de artigos de confección e pel (90 horas)</p> <p>UF2865: Transformación dos patróns de artigos de confección e pel (90 horas)</p> <p>UF2866: Verificación dos patróns de artigos de confección e pel (60 horas)</p> <p>MF0915_3: Industrialización de patróns de artigos de confección en téxtil e pel (120 horas)</p> <p>UF2867: Estudo e realización do escalado de patróns para a industrialización de artigos de confección en téxtil e pel (60 horas)</p> <p>UF2868: Estudo e realización da marcada de patróns para a industrialización de artigos de confección en téxtil e pel (60 horas)</p>	<p>Modelista-patronista de pezas de vestir</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de pezas de vestir, excepto pel e coiro</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de pezas de vestir en pel e coiro (excepto peletería)</p> <p>Modelistas-patronistas de peletería</p> <p>Deseñador técnico de patronaxe con CAD/CAM</p> <p>Modelista-patronista-escalador de chapeus e gorras</p> <p>Patronista-escalador de pezas de vestir</p>

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABALLO RELACIONADOS
					MP0589: Módulo de prácticas profesionais non laborais de patronaxe de artigos de confección en téxtil e pel (120 horas)	
Téxtil, confección e pel	Calzado.	Patronaxe de calzado e marroquinería	750	<p>Analizar materias primas, produtos e procesos de confección, calzado e marroquinería</p> <p>Analizar e interpretar o deseño, colaborando na definición do produto en téxtil e pel</p> <p>Efectuar o axuste e despezo para modelos de calzado e auxiliares</p> <p>Efectuar o despezo de patróns para artigos de marroquinería e gornicionería</p> <p>Efectuar a industrialización de patróns de calzado e marroquinería</p>	<p>MF0474_3 (Transversal) Materias, produtos e procesos en confección, calzado e marroquinería (150 horas)</p> <p>UF2626: Materiais téxtiles para confección, calzado e marroquinería (90 horas)</p> <p>UF2627: Pel e coiro para confección, calzado e marroquinería (60 horas)</p> <p>MF0912_3: (Transversal) Creación de produtos en téxtil e pel (60 horas)</p> <p>MF0916_3: Proceso de axuste e desenvolvemento de patróns para calzado (210 horas)</p> <p>UF2628: Identificación e análise das características do calzado e o seu axuste (60 horas)</p> <p>UF2629: Estudo e realización das diferentes rubes para a súa adaptación ao deseño e fabricación de calzado (60 horas)</p> <p>UF2630: Transformación e verificación dos patróns para o proceso de fabricación de calzado (90 horas)</p> <p>MF0917_3: Técnicas de patronaxe de artigos de marroquinería e gornicionería (90 horas)</p> <p>MF0918_3: Industrialización de patróns de calzado e artigos de marroquinería (120 horas)</p> <p>UF2631: Estudo e realización do escalado de patróns de calzado e artigos de marroquinería (60 horas)</p> <p>UF2632: Estudo e realización da marcada de patróns de calzado e artigos de marroquinería (60 horas)</p> <p>MP0549: Módulo de prácticas profesionais non laborais de patronaxe de calzado e marroquinería (120 horas)</p>	<p>Modelistas-patronistas-escaladores de artigos de marroquinería e traballo de luvas en pel e coiro</p> <p>Modelistas-patronistas-escaladores de calzado.</p> <p>Deseñador técnico de patronaxe con CAD/CAM</p> <p>Patronista-escalador de calzado</p> <p>Patronista-escalador de artigos de marroquinería e traballo de luvas</p> <p>Modelista-patronista-axustador de calzado</p> <p>Modelista-patronista de artigos de marroquinería e traballo de luvas</p>

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

- Especialidades formativas:

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS
patronaxe industrial	30	Elaborar patróns de pezas de vestir a nivel industrial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción á patronaxe industrial 2. Medidas anatómicas 3. A saia 4. O pantalón 5. Corpos bases 6. Mangas 7. Os pescozos 8. Capas, carapuchas e monos 9. Traxes de baño e bodys 10. Xastrería e pezas de abrigo de señoras 11. Patronaxe de cabaleiro: o pantalón, o chaleco, o mono 12. A camisa 13. Xastrería e pezas de abrigo de cabaleiro 14. Montaxes de prototipos 15. Industrialización do patrón
Produto e tecnoloxía téxtil	90	Identificar o proceso de fabricación do produto téxtil e as súas particularidades unha vez ofertado en tenda	<ol style="list-style-type: none"> 1: Materiais empregados na fabricación do produto 2: Proceso de deseño e confección do produto 3: Normativa de composición, conservación, seguridade e saúde do produto
Deseño e fabricación de marroquinería	600	Elaborar artigos de marroquinería, aplicando as técnicas necesarias e producíndoos na cantidade e calidade e nos prazos establecidos seguindo as normas de seguridade laboral correspondentes	<ol style="list-style-type: none"> 1: Materiais na confección de produtos de marroquinería 2: Deseño e patronaxe para marroquinería 3: Operacións de corte para marroquinería 4: Operacións de aparado para marroquinería 5: Operacións de acabado para marroquinería 6: Hixiene e seguridade laboral
Patronaxe de calzado asistido por computador (IcadPAT)	80	Realizar o despezamento de modelos de calzado coas súas diferentes escalas, mediante a ferramenta específica de patronaxe de calzado asistido por computador (IcadPAT)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dixitalización do deseño 2. Patronaxe 3. Clasificación 4. Escalado 5. Corte

RESPONSABLE DE MÁRKETING E TÉCNICO DE MÁRKETING DIXITAL:

- Certificados de profesionalidade:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABALLO RELACIONADOS
Comercio e márketing	Márketing e relacións públicas	Xestión de márketing e comunicación	810	<p>Obter e elaborar información para o sistema de información de mercados</p> <p>Asistir na definición e seguimento das políticas e plan de márketing</p> <p>Xestionar o lanzamento e implantación de produtos e servizos no mercado. Organizar e xestionar eventos de márketing e comunicación, seguindo o protocolo e criterios establecidos</p> <p>Asistir na organización e seguimento do plan de medios e soportes establecido</p> <p>Elaborar e difundir, en diferentes soportes, materiais, sinxelos e autoeditables, publi-promocionais e informativos. Comunicarse en inglés cun nivel de usuario independente en actividades comerciais</p>	<p>MF1007_3: (Transversal) Sistemas de información de mercados (180 horas)</p> <p>UF1779: Contorna e información de mercados (60 horas)</p> <p>UF1780: Investigación e recollida de información de mercados (60 horas)</p> <p>UF1781: Tratamento e análise da información de mercados (60 horas)</p> <p>MF2185_3: Políticas de Márketing (100 horas)</p> <p>UF2392: Plan de márketing empresarial (70 horas)</p> <p>UF2393: Control e seguimento de políticas de márketing (30 horas)</p> <p>MF2186_3: Lanzamento e implantación de produtos e servizos (90 horas)</p> <p>UF2394: Márketing e promoción no punto de venda (60 horas)</p> <p>UF2395: Rede de vendas e presentación de produtos e servizos (30 horas)</p> <p>MF2187_3: Xestión de eventos de márketing e comunicación (90 horas)</p> <p>UF2396: Organización de eventos de márketing e comunicación (60 horas)</p> <p>UF2397: Protocolo en eventos de márketing e comunicación (30 horas)</p> <p>F2188_3: Organización e control do plan de medios de comunicación (90 horas)</p> <p>UF2398: Plan de medios de comunicación e Internet (60 horas)</p> <p>UF2399: Avaliación e control do plan de medios (30 horas)</p> <p>MF2189_3: Elaboración de materiais de márketing e comunicación autoeditables (90 horas)</p>	<p>Técnicos en publicidade e/ou relacións públicas</p> <p>Técnicos medios en publicidade e/ou relacións públicas</p> <p>Técnicos superiores en publicidade e relacións públicas, en xeral</p> <p>Técnicos en organización de feiras e eventos</p> <p>Organizador de eventos de márketing e comunicación</p> <p>Asistentes do Xefe de Produto</p> <p>Técnicos en Márketing</p> <p>Auxiliares de medios en empresas de publicidade</p> <p>Controladores de cursaxe ou emisión en medios de comunicación</p>

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓN E POSTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
					MP0499 Módulo de prácticas non laborais de Xestión de márketing e comunicación (80 horas)	

• Especialidades formativas:

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Plan de márketing e organización de vendas	35	Profundar nas habilidades e coñecementos necesarios para dirixir, xestionar e potenciar o plan de márketing dunha empresa, organizar as vendas e lograr un óptimo posicionamento dos seus produtos/servizos no mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. O márketing dentro da estratexia empresarial 2. O márketing e a dirección comercial dunha empresa 3. Investigación comercial e segmentación 4. Políticas de produto e prezo 5. A política de distribución comercial 6. Política de comunicación 7. Organización de vendas e plan de márketing 8. Aplicacións do márketing
Planificación de márketing	30	Definir o Plan de márketing acorde á organización e estratexia empresarial, sabendo distinguir as múltiples posibilidades e variables	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción ao márketing 2. O departamento de márketing 3. O plan de márketing 4. Clasificacións do márketing 5. Estratexias de márketing e mix de márketing 6. As variables do márketing
Plan de márketing directo e fidelización de clientes	25	Definir un Plan de Márketing directo a partir dos coñecementos estratéxicos de interacción co cliente máis efectivos e rendibles e favorecendo a fidelización de clientes	<ol style="list-style-type: none"> 1. O MÁRKETING DIRECTO COMO PARTE DO PLAN DE MÁRKETING <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Introducción ao Márketing Directo 1.2. O micromárketing e a súa aplicación estratéxica 1.3. Márketing Relacional 2. O PLAN DE MÁRKETING DIRECTO <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Definición, estruturación e implementación do Plan de Márketing Directo 2.2. Vantaxes do Márketing Directo fronte aos Medios Masivos 2.3. Planificación de Campañas 2.4. Os Medios do Márketing Directo (prensa, e-mailings, caixas de correo mobile márketing) 2.5. Márketing en liña 2.6. Análise de Resultados 2.7. Creatividade no Márketing Directo: campañas creativas 3. ESTRATEXIAS DE INTERACCION COS CLIENTE

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
			3.1. Xeración, xestión e comunicación de contactos 3.2. Listas e bases de datos 3.3. Fidelización de clientes 3.4. A implementación dun CRM 3.5. Lei de Protección de Datos
Técnicas de márketing en liña, buscadores, social media e móbil	90	Diferenciar as modalidades de márketing e promoción en liña, o márketing viral, o trade márketing etc., así como o proceso de funcionamento do márketing en buscadores e medios sociais, e aplicacións de márketing para móbiles	1. Ferramentas do márketing en liña 2. Márketing de buscadores 3. SMO (social media optimization) 4. Redes sociais como ferramenta de márketing 5. Os blogs como ferramentas de márketing 6. Sindicación de contidos e podcasting 7. Mobile márketing, televisión dixital e vídeo on demand
Márketing en liña: deseño e promoción de sitios web	30	Realizar as operacións básicas de deseño e promoción de sitios web tendo en conta o comportamento do cliente en liña, a navegabilidade e as técnicas de publicidade en liña, a partir do márketing en liña	1. Internet márketing: conceptos xerais e ferramentas 2. O plan de márketing 3. O comportamento do cliente en liña 4. Como promocionar e construír un sitio web 5. Navegabilidade 6. Quen constrúen os web sites? 7. Algúns consellos adicionais 8. Algúns conceptos relacionados coa publicidade en liña
Fundamentos do plan de márketing na Internet	30	Identificar os elementos dun plan de márketing na Internet e do deseño dunha web comercial efectiva	1. Conceptos básicos de márketing 2. Márketing na Internet 3. Promoción e ferramentas promocionais na Internet 4. Deseño dunha web comercial efectiva
Márketing estratéxico dixital	50	Coñecer os elementos centrais do márketing estratéxico, para saber elaborar un plan de márketing que permita á empresa crecer e destacar fronte aos seus consumidores, tendo sempre en mente as necesidades do usuario	1. O márketing e o seu valor na empresa. Fundamentos 1.1. Coñecer os conceptos básicos e evolución do márketing 1.2. Entender o márketing e os niveis da dirección estratéxica 1.3. Coñecer o efecto da dixitalización no márketing 1.4. Saber desenvolver e explicar os conceptos de produto e servizo 1.5. Entender as dinámicas derivadas do establecemento de prezos 1.6. Coñecer as posibilidades das canles de distribución e venda 1.7. Comprender os principios básicos da comunicación a través do márketing 2. Segmentación, Posicionamento e Branding 2.1. Saber segmentar e definir o público obxectivo 2.2. Comprender os principios básicos de posicionamento e branding 3. Integración: márketing on e off (márketing dixital). O plan de márketing 3.1. Comprender o comportamento dixital do cliente 3.2. Definir e elaborar un plan de márketing

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Especialista en márketing dixital	130	Deseñar unha estratexia de márketing omnicanle de captación e crecemento do negocio para alcanzar e superar os obxectivos marcados, seleccionando as canles, formatos e medios óptimos de acordo coa audiencia e o produto, a través de contidos de calidade	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disciplinas e conceptos estratéxicos do márketing dixital 2. Plan de márketing dixital 3. Dixital content plan & branded content 4. Procesos, ferramentas e canles do inbound márketing 5. Márketing en buscadores. 6. Social media márketing 7. Habilidades e competencias de xestión, persoais e sociais para a contorna dixital
Xestión do márketing 2.0	90	Utilizar as técnicas de márketing 2.0, e recoñecer as súas aplicacións na reputación e presenza web das organizacións.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción á tecnoloxía web 2.0 2. Máis alá do bñner 3. Email márketing, unha arma de dobre fío 4. Elixindo as palabras adecuadas 5. Escoitar aos social media 6. Viralizar a mensaxe 7. Xestionar a reputación en liña 8. Analítica web
Como elaborar un plan de márketing dixital	50	Adquirir os coñecementos necesarios para desenvolver un plan de e-márketing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación dixital e medios dixitais 2. Principais canles dixitais para promover a venda en liña 3. Ferramentas para mellorar os resultados das accións de e-márketing 4. Asignación e organización de recursos dispoñibles para a implementación das actividades de e-márketing
Estratexias de venda omnicanle e experiencia de cliente	30	Coñecer e exercer os principios, ferramentas e operativas necesarias para analizar mercados e modelos de negocio dos novos mercados dixitais, aplicando as estratexias necesarias para o desenvolvemento como empresa dixital (Customer Experience), así como dominar a metodoloxía, deseño e implantación do Customer Journey.	<ol style="list-style-type: none"> 1. E-COMMERCE <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Concepto 1.2. Modelos de negocio na rede 1.3. Vantaxes e inconvenientes fronte ao mercado tradicional 1.4. Tipos de comercio electrónico 1.5. Relación co cliente-proveedor 1.6. O proceso de compra 1.7. Comercio electrónico segundo o medio utilizado 2. MEDIOS DE PAGO DIXITAIS <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Introducción aos medios de pago 2.2. Datos 2.3. Axentes 2.4. Sistemas de pago 3. CUSTOMER JOURNEY E BUYER PERSONA
Xestión loxística e e-commerce management para marketplaces	250	Xestionar a creación, escala e mantemento de produtos nun MarketPlace así como o deseño dun Plan de Márketing Dixital e o seu seguimento orzamentario, tendo en conta a novo paradigma global do comercio en liña.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción e coñecemento do sector do e-commerce a nivel loxístico 2. Xestión da cadea de subministración (Supply chain management) 3. Márketing dixital 4. Márketing Loxístico 5. Venda nun MarketPlace

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
			6. Business Cases: Análise e execución dunha estratexia e-logistics nun MarketPlace ou e-commerce
Ferramentas na Internet: comercio electrónico	80	Dominar as principais ferramentas existentes na Internet, adquirir os coñecementos en relación ás técnicas de márketing na rede e ser capaz de publicitar, vender e adquirir produtos de modo seguro e eficiente a través dela.	<p>1. INTRODUCCIÓN E CONCEPTOS XERAIS</p> <p>1.1. Introducción e conceptos básicos</p> <p>1.2. Regras de comportamento na Rede: Netiquette</p> <p>1.3. Configuración e uso do Navegador</p> <p>1.4. Elementos básicos de conexión e a súa instalación</p> <p>1.5. O correo electrónico</p> <p>1.6. Utilización do correo electrónico</p> <p>1.7. Ferramentas que utilizan o correo electrónico</p> <p>1.8. Outras ferramentas da Internet: buscadores, anuncios clasificados, banners, ferramentas interactivas</p> <p>2. COMERCIO ELECTRÓNICO</p> <p>2.1. Conceptos básicos de comercio electrónico</p> <p>2.2. Aspectos xurídicos do comercio electrónico</p> <p>3. MÁRKETING E INTERNET</p> <p>3.1. Conceptos básicos de márketing</p> <p>3.2. Márketing na Internet</p> <p>3.3. Promoción e ferramentas promocionais na Internet</p> <p>4. A WEB</p> <p>4.1. Deseño dunha web comercial efectiva</p> <p>4.2. Xestión e administración da web</p> <p>4.3. Seguridade na Internet</p>

XESTOR E-COMMERCE:

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Comercio electrónico	40	Adquirir coñecementos sobre os fundamentos, procedementos e ferramentas dispoñibles na Internet para o márketing e a comercialización electrónica dentro do marco legal e conforme aos medios de pago máis utilizados.	<p>1. Introducción</p> <p>2. O comercio electrónico</p> <p>3. A tenda electrónica</p> <p>4. Márketing na rede</p> <p>5. CRM. Estratexias e técnicas para a confección de campañas de márketing e publicidade en liña</p> <p>6. Difusión</p> <p>7. Contorna xurídica</p>

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Ferramentas na Internet: comercio electrónico	80	Dominar as principais ferramentas existentes na Internet, adquirir os coñecementos en relación ás técnicas de márketing na rede e ser capaz de publicitar, vender e adquirir produtos de modo seguro e eficiente a través dela.	<p>1. INTRODUCCIÓN E CONCEPTOS XERAIS</p> <p>1.1. Introducción e conceptos básicos</p> <p>1.2. Regras de comportamento na Rede: Netiquette</p> <p>1.3. Configuración e uso do Navegador</p> <p>1.4. Elementos básicos de conexión e a súa instalación</p> <p>1.5. O correo electrónico</p> <p>1.6. Utilización do correo electrónico</p> <p>1.7. Ferramentas que utilizan o correo electrónico</p> <p>1.8. Outras ferramentas da Internet: buscadores, anuncios clasificados, banners, ferramentas interactivas</p> <p>2. COMERCIO ELECTRÓNICO</p> <p>2.1. Conceptos básicos de comercio electrónico</p> <p>2.2. Aspectos xurídicos do comercio electrónico</p> <p>3. MÁRKETING E INTERNET</p> <p>3.1. Conceptos básicos de márketing</p> <p>3.2. Márketing na Internet</p> <p>3.3. Promoción e ferramentas promocionais na Internet</p> <p>4. A WEB</p> <p>4.1. Deseño dunha web comercial efectiva</p> <p>4.2. Xestión e administración da web</p> <p>4.3. Seguridade na Internet</p>
Xestores en liña para o desenvolvemento de sitios web e e-commerce: práctica profesional	200	Adquirir os coñecementos e aplicar as ferramentas en liña que se empregan para a creación dunha tenda en liña.	<p>1. XESTORES EN LIÑA PARA A CREACIÓN DE PÁXINAS E TENDAS VIRTUAIS</p> <p>1.1. Introducción aos Xestores de Contidos</p> <p>1.1.1. Que son?</p> <p>1.2. Márketing</p> <p>1.3. O comercio electrónico</p> <p>2. A INTERFACE DUN XESTOR DE CONTIDOS</p> <p>2.1. Elementos esenciais dunha tenda en liña</p> <p>2.2. Introducción ao deseño web</p> <p>2.3. Introducción á Arquitectura da Información</p> <p>2.4. Introducción á usabilidade</p> <p>2.5. Introducción á accesibilidade</p> <p>2.6. Introducción ao posicionamento web</p> <p>3. CREACIÓN E LANZAMENTO DUN SITIO WEB OU TENDA VIRTUAL</p> <p>3.1. Instalación de Prestashop</p> <p>3.2. Prestashop: panel de control</p> <p>3.3. Creación dunha tenda virtual en Facebook</p> <p>3.4. Sacando partido ao blog</p>

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS/MÓDULOS
Desenvolvemento de proxectos e-commerce para pemes	300	Crear un proxecto web de compra-venda de produtos/servizos a través da rede, por medio dos modelos de negocio e tendencias de comercio electrónico e o deseño de plataformas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proxecto web 60 horas 2. Conceptos estratéxicos previos ao proxecto web. 3. Claves de éxito dun e-commerce 4. Márketing 2.0 5. Loxística 6. Plataformas de pago e e-consumo 7. Soluciones CMS Open-Source e SaaS
Negocios en liña e comercio electrónico	80	Identificar os aspectos necesarios para a creación, desenvolvemento e xestión de negocios en liña: a creación dun posicionamento, o desenvolvemento de contidos, creación das ofertas e servizos, a integración co negocio tradicional, así como dominar os aspectos máis operativos e fundamentais de dinamización.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como planificar e desenvolver un plan estratéxico de comercio electrónico 2. Posta en marcha: como crear ou adaptar un negocio en liña (I): back end 3. Posta en marcha: como construír unha website de éxito en comercio electrónico? (II) 4. Aspectos xurídicos no comercio electrónico 5. Financiamento de proxectos de comercio electrónico 6. Accións de captación enfocada a comercio electrónico 7. Fidelización en comercio electrónico: como incrementar as vendas de clientes 8. Como realizar comercio electrónico internacionalnt end 9. Como xestionar a loxística e fulfillment no comercio electrónico 10. Seguridade nos medios de pago en liña 11. Comercio electrónico nunha contorna B2B
Márketing en liña: deseño e promoción de sitios web	30	Realizar as operacións básicas de deseño e promoción de sitios web tendo en conta o comportamento do cliente en liña, a navegabilidade e as técnicas de publicidade en liña, a partir do márketing en liña.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internet márketing: conceptos xerais e ferramentas 2. O plan de márketing 3. O comportamento do cliente en liña 4. Como promocionar e construír un sitio web 5. Navegabilidade 6. Quen constrúen os web sites? 7. Algúns consellos adicionais 8. Algúns conceptos relacionados coa publicidade en liña
Xestión loxística e e-commerce management para marketplaces	250	Xestionar a creación, escala e mantemento de produtos nun Marketplace así como o deseño dun Plan de Márketing Dixital e o seu seguimento orzamentario, tendo en conta a novo paradigma global do comercio en liña.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción e coñecemento do sector do e-commerce a nivel loxístico. 2. Xestión da cadea de subministración (Supply chain management). 3. Márketing dixital 4. Márketing Loxístico 5. Venda nun Marketplace 6. Business Cases: Análise e execución dunha estratexia e-logistics nun Marketplace ou e-commerce
Desenvolvemento de proxectos de comercio electrónico con woocommerce e prestashop	250	Xestionar un proxecto de comercio electrónico con Woocommerce e PrestaShop.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de negocio 2. Proxecto web 3. CMS: WordPress - Woocommerce e Prestashop

ENCARGADO/A DE ALMACÉN:

- Certificados de profesionalidade:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Comercio e márketing	Loxística comercial e xestión do transporte	Organización e xestión de almacéns	390	Organizar o almacén de acordo cos criterios e niveis de actividade previstos. Xestionar e coordinar as operacións do almacén. Colaborar na optimización da cadea loxística cos criterios establecidos pola organización.	<p>MF1014_3: Organización de almacéns (140 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • UF0926: Deseño e organización do almacén (80 horas) • UF0927: Xestión do equipo de traballo do almacén (30 horas) • UF0928 (Transversal) Seguridade e prevención de riscos no almacén (30 horas) <p>MF1015_2: Xestión das operacións de almacenaxe (110 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • UF0929: Xestión de pedidos e stock (80 horas) • UF0928: (Transversal) Seguridade e prevención de riscos no almacén (30 horas) <p>MF1005_3: (Transversal) Optimización da cadea loxística (90 horas)</p> <p>MP0193: Módulo de prácticas profesionais non laborais de organización e xestión de almacéns (80 horas)</p>	Técnico en xestión de stocks e almacén Empregado administrativo dos servizos de almacenamento e recepción Almacéns de empresas de transportes Xefe de almacén Técnico en loxística de almacéns Xestor de almacén Responsable de recepción de mercadorías Responsable de expedición de mercadorías
Comercio e márketing	Loxística comercial e xestión do transporte	Xestión e control do aprovisionamento	450	Colaborar na elaboración do plan de aprovisionamento. Realizar o seguimento e control do programa de aprovisionamento. Colaborar na optimización da cadea loxística cos criterios establecidos pola organización. Comunicarse en inglés cun nivel de usuario independente nas relacións e actividades de loxística e transporte internacional.	<p>MF1003_3: Planificación do aprovisionamento (110 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • UF0475: Planificación e xestión da demanda (70 horas) • UF0476: Xestión de inventarios (40 horas) <p>MF1004_3: Xestión de provedores (80 horas)</p> <p>MF1005_3: (Transversal) Optimización da cadea loxística (90 horas)</p> <p>MF1006_2: (Transversal) inglés profesional para loxística e transporte internacional (90 horas)</p> <p>MP0333: Módulo de prácticas profesionais non laborais de xestión e control do aprovisionamento (80 horas)</p>	Axentes de compras Aprovisionador/a loxístico Técnico/a de aprovisionamento Xefe/a de aprovisionamento Técnico/a en loxística do aprovisionamento

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABALLO RELACIONADOS
Téxtil, confección e pel	Confección en téxtil e pel	Asistencia técnica na loxística dos procesos de externalización da produción téxtil, pel e confección	780	<p>Analizar materias primas, produtos e procesos de confección, calzado e marroquinería.</p> <p>Colaborar na optimización da cadea loxística cos criterios establecidos pola organización.</p> <p>Colaborar na planificación e supervisión da externalización da fabricación de produtos en téxtil, pel e confección.</p> <p>Asistir na xestión da loxística asociada á externalización do abastecemento e distribución de produtos en téxtil, pel e confección.</p> <p>Colaborar nos procesos de negociación e execución das operacións de compravenda nacional e internacional de produtos en téxtil, pel e confección.</p> <p>Comunicarse en inglés cun nivel de usuario independente, en as relacións derivadas da loxística dos procesos de externalización da produción en téxtil, pel e confección.</p>	<p>MF0474_3: (Transversal) Materias, produtos e procesos en confección, calzado e marroquinería (150 horas)</p> <p>UF2626: Materiais téxtiles para confección, calzado e marroquinería (90 horas)</p> <p>UF2627: Pel e coiro para confección, calzado e marroquinería (60 horas)</p> <p>MF1005_3: (Transversal) Optimización da cadea loxística (90 horas)</p> <p>MF2173_3: Organización e control da externalización da fabricación de produtos en téxtil, pel e confección (150 horas)</p> <p>UF2848: Procedemento para a externalización da produción en téxtil, pel e confección (30 horas)</p> <p>UF2849: Planificación da produción e fichas técnicas de produtos en téxtil, pel e confección (60 horas)</p> <p>UF2850: Control de calidade e seguimento da produción da fabricación de produtos en téxtil, pel e confección (60 horas)</p> <p>MF2174_3: Aproveñamento e xestión de almacéns, transporte e distribución de produtos en téxtil, pel e confección (90 horas)</p> <p>MF2175_3: Negociación e compravenda nacional e internacional de produtos en téxtil, pel e confección (90 horas)</p> <p>MF2176_2: Inglés profesional para a loxística dos procesos de externalización internacional da produción e compravenda de produtos en téxtil, pel e confección (90 horas)</p> <p>MP0585: Módulo de prácticas profesionais non laborais de asistencia técnica na loxística dos procesos de externalización da produción téxtil, pel e confección (120 horas)</p>	<p>Técnicos en control de calidade en industrias de pel e coiro</p> <p>Técnicos en confección industrial</p> <p>Técnicos en fabricación de artigos de pel e coiro (excepto calzado)</p> <p>Técnicos en control de calidade en industrias téxtil, en xeral</p> <p>Encargados de fabricación de produtos téxtiles, en xeral</p> <p>Axentes de compras</p> <p>Técnicos en xestión de stocks e/ou almacén</p> <p>Asistente na xestión loxística en téxtil, pel e confección</p> <p>Asistente técnico no deseño de produtos e procesos en téxtil, pel e confección</p> <p>Asistente técnico na dirección de compras en produtos en téxtil, pel e confección</p> <p>Xefe de recepción de almacéns loxísticos de téxtil, pel e confección</p> <p>Supervisor da produción externalizada na industria téxtil, pel e confección</p>

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

- Especialidades formativas:

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS
Xestión básica do almacén	20	Identificar as actividades, funcións e áreas dun almacén para o desempeño eficaz e seguro das tarefas asignadas, dentro da empresa ou grupo empresarial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. O GRUPO 2. DESCUBRINDO O ALMACÉN 3. BÁSICOS XESTIÓN ALMACÉN <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Principios almacén 3.2. Funcións de almacén <ol style="list-style-type: none"> 3.2.1. Recepción de Materiais 3.2.2. Rexistro de entradas e saídas do Almacén 3.2.3. Almacenamento de materiais 3.2.4. Mantemento de materiais e de almacén 3.2.5. Despacho de materiais 3.2.6. Coordinación do almacén cos departamentos de control de inventarios e contabilidade 3.3. Áreas de almacén: recepción, almacenamento e entrega 4. VIDA DO ALMACÉN 5. PREVENCIÓN DE RISCOS LABORAIS
Organización do almacén	30	Identificar as mercadorías para almacenar, así como a aplicación das distintas técnicas de distribución e organización de espazos para xestionar os recursos humanos e materiais dun almacén.	<ol style="list-style-type: none"> 1. O almacén 2. Zonas comúns nun almacén 3. O deseño da distribución da planta (layout) 4. Os equipos mecánicos que se utilizan no almacén 5. Últimas técnicas de almacenaxe, stocks e envíos en xeral 6. Organización e xestión xeral de almacén 7. Xestión de recursos humanos no almacén 8. As novas tecnoloxías na organización do traballo 9. Prevención de riscos laborais
Xestión loxística e e-commerce management para marketplaces	250	Xestionar a creación, escala e mantemento de produtos nun Marketplace así como o deseño dun Plan de Márketing Dixital e o seu seguimento orzamentario, tendo en conta a novo paradigma global do comercio en liña.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción e coñecemento do sector do e-commerce a nivel loxístico 2. Xestión da cadea de subministración (Supply chain management) 3. Márketing dixital 4. Márketing Loxístico 5. Venda nun Marketplace 6. Business Cases: Análise e execución dunha estratexia e-logistics nun Marketplace ou e-commerce

ENXEÑEIRO/A DE PROXECTOS:

- Certificados de profesionalidade:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABALLO RELACIONADOS
Téxtil, confección e pel	Confección en téxtil e pel	Control de calidade de produtos en téxtil e pel	620	Participar na xestión do control de calidade de produtos en téxtil e pel. Supervisar e realizar ensaios para control de calidade de produtos téxtiles e artigos confeccionados. Supervisar e realizar ensaios para control de calidade de produtos de pel, calzado e marroquinería.	MF2056_3: Actividades de xestión de calidade en produtos de téxtil e pel (180 horas) UF2616: Procedementos e documentación do sistema de calidade en produtos de téxtil e pel (50 horas) UF2617: Auditorías internas/externas e mellora da calidade en produtos de téxtil e pel (60 horas) UF2618: Formas de comunicación, inspección de tecidos e peles e análises de datos (70 horas) MF2057_3: Control de calidade de produtos téxtiles e artigos confeccionados (180 horas) UF2619: Equipos de laboratorio, procedementos e Normas de calidade en produtos téxtiles e artigos confeccionados (30 horas) UF2620: Identificación e análise das fibras téxtiles e especificacións de fíos e tecidos (70 horas) UF2621: Ensaos de control de calidade para a determinación de solidez das tinturas e efectos de acabado de tecidos (30 horas) UF2622: Ensaos de control de calidade e inspección de produtos téxtiles (50 horas) MF2058_3: Control de calidade de produtos de pel, calzado e marroquinería (180 horas) UF2623: Equipos de laboratorio e Normas de calidade en produtos de pel, calzado e marroquinería (30 horas) UF2624: Identificación, clasificación e propiedades dos coiros (60 horas) UF2625: Análise e ensaios de control de calidade de peles para determinar as súas características e clasificalas e inspección de lotes de produtos de pel, calzado e marroquinería (90 horas) MP0548: Módulo de prácticas profesionais non laborais de Control de calidade de produtos en téxtil e pel (80 horas)	Técnico en control de calidade téxtil Técnico en control de calidade de produtos de pel e coiro Técnico en control de calidade en xénero de punto Técnico de laboratorios téxtiles Técnico de laboratorios de pel Técnicos de laboratorio de química industrial Técnicos de control de calidade en industrias de pel e coiro Técnicos de control de calidade en industrias téxtil, en xeral Técnicos en control de calidade, en xeral

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABAJO RELACIONADOS
Téxtil, confección e pel	Produción de fíos e tecidos	Desenvolvemento de téxtiles técnicos	600	<p>Analizar materias primas, produtos e procesos téxtiles.</p> <p>Xestionar a información sobre innovación no campo dos téxtiles técnicos.</p> <p>Colaborar na execución de proxectos de desenvolvemento de téxtiles técnicos.</p> <p>Controlar o cumprimento das normativas sobre procesos e produtos do téxtil técnico.</p>	<p>MF0453_3: (Transversal): Materias, produtos e procesos téxtiles (150 horas)</p> <p>UF2571: Materias e produtos téxtiles (30 horas)</p> <p>UF2572: Procesos téxtiles (70 horas)</p> <p>UF2573: Control de calidade (50 horas)</p> <p>MF1242_3: Xestión da información para o desenvolvemento de téxtiles técnicos (60 horas)</p> <p>MF1243_3: Procesos e produtos para o desenvolvemento de téxtiles técnicos (250 horas)</p> <p>UF2816: Materiais para o desenvolvemento de téxtiles técnicos (90 horas)</p> <p>UF2817: Procesos para o desenvolvemento de téxtiles técnicos (90 horas)</p> <p>UF2818: Xestión do desenvolvemento de téxtiles técnicos (70 horas)</p> <p>MF1244_3: Aplicacións da normativa en procesos e produtos de téxtiles técnicos (100 horas)</p> <p>UF2819: Normativa de procesos de téxtiles técnicos (30 horas)</p> <p>UF2820: Normativa de produtos de téxtiles técnicos (70 horas)</p> <p>MP0580: Módulo de prácticas profesionais non laborais de Desenvolvemento de téxtiles técnicos (40 horas)</p>	<p>Técnico de organización téxtil (I+D+i)</p> <p>Técnico téxtil en I+D+i</p> <p>Técnico téxtil en desenvolvemento de novos produtos</p>

• Especialidades formativas:

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS
Tecnoloxía das materias téxtiles	60	Coñecer os distintos materiais téxtiles, así como a normativa vixente referente aos primeiros materiais e a fabricación de produtos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. As fibras téxtiles: xeneralidades 2. Tecnoloxía do fío de coser 3. Tecnoloxía do tecido 4. Tecnoloxía da pel 5. Entretelas e fornituras 6. Tecnoloxía do termofixado 7. Normativa de etiquetaxe de primeiras materias
Métodos e tempos en procesos da téxtil-confección	40	O alumno será capaz de desenvolverse dentro do Sector e coñecer os métodos de traballo no sector da confección co fin de mellorar a produtividade.	<ol style="list-style-type: none"> 1. MÉTODOS DE TRABAJO 1.1. Diagrama de aproveitamento do tempo 1.2. O tempo improdutivo 1.3. Encargado/a de taller

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS
			1.4. Factores que tenden a reducir a produtividade 1.5. Técnicas para reducir o tempo improdutivo 1.6. Equilibrado de taller de confección 1.7. O equilibrado do traballo 1.8. Procesos de elaboración dun escandallo 1.9. Características dos operarios 1.10. Sistemas de planificación e control 1.11. Exemplo de equilibrado 1.12. Principios de economía de movementos 1.13. Regras de economía de movementos 1.14. Resumo dos principios de economía dos movementos 2. OS TEMPOS DE TRABALLO 2.1. Estudos de tempos na empresa 2.2. Factores que interveñen no tempo de execución 2.3. Sistemas de cálculo 2.4. Impresos
Fichas técnicas dos produtos no sector téxtil e confección	40	Interpretar as fichas técnicas de diferentes produtos, así como a información propia do deseño e recoñecemento dos compoñentes integrados nos diversos produtos de téxtil, confección e pel.	1. Deseño de produto 2. Parámetros dunha ficha técnica 3. Procesos produtivos 4. Produtos intermedios e acabados 5. Documentación para formalizar pedidos

TÁBOA 2. POSTOS EN RISCO DE DESAPARICIÓN

Na Fase 2 do estudo realizada, identificouse que o sector podería sufrir unha redución significativa de postos de **dependentes de tenda**. A tendencia, que se viu agudizada coa pandemia, mostra que os postos de dependentes non van desaparecer na súa totalidade, pero prevese que sufran unha redución moi importante a medio-longo prazo, sendo en parte substituídos polas tendas en liña e os profesionais especializados en e-commerce.

DEPENDENTE/A:

- Certificados de profesionalidade:

FAMILIA PROFESIONAL	ÁREA DO CP	CERTIFICADO DE PROFESIONALIDADE	HORAS	UNIDADES DE COMPETENCIA	MÓDULOS E UNIDADES FORMATIVAS	OCUPACIÓNS E POSTOS DE TRABALLO RELACIONADOS
Comercio e márketing	Venda	Actividades de venda	590	Realizar a venda de produtos e/ou servizos a través das diferentes canles de comercialización. Realizar as operacións auxiliares á venda. Executar as accións do Servizo de Atención ao cliente/consumidor/usuario. Comunicarse en inglés cun nivel de usuario independente, en actividades comerciais.	MF0239_2: Operacións de venda (160 horas) UF0030: Organización de procesos de venda (60 horas) UF0031: Técnicas de venda (70 horas) UF0032: Venda en liña (30 horas) MF0240_2: Operacións auxiliares á venda (140 horas) UF0033: Aproximación e almacenaxe na venda (40 horas) UF0034: Animación e presentación do produto no punto de venda (60 horas) UF0035: Operacións de caixa na venda (40 horas) MF0241_2: Información e atención ao cliente/consumidor/usuario (120 horas) UF0036: Xestión da atención ao cliente / consumidor (60 horas) UF0037: Técnicas de información e atención ao cliente / consumidor (60 horas) MF1002_2: Inglés profesional para actividades comerciais (90 horas) MP0009: Módulo de prácticas profesionais non laborais de Actividades de venda (80 horas)	Caixeiro/a de comercio Dependente de comercio Vendedor/a Promotor/a comercial Operador de contact - center Teleoperadoras (centro de atención telefónica) Televendedor/a Operador/a de venda en comercio electrónico Técnico de información e atención ao cliente

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

- Especialidades formativas:

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS
Produto e tecnoloxía téxtil	90	Identificar o proceso de fabricación do produto téxtil e as súas particularidades unha vez ofertado en tenda.	1: Materiais empregados na fabricación do produto 2: Proceso de deseño e confección do produto 3: Normativa de composición, conservación, seguridade e saúde do produto
Xestión do punto de venda de moda	200	Xestionar a tenda de moda, a animación do punto de venda e as actividades de venda, a través de canles tanto tradicionais, así como da Internet, utilizando os servizos de xestión e asesoría externos co fin de garantir a capacidade de resposta, permanencia e sustentabilidade, de acordo cos criterios de calidade do pequeno comercio e a normativa de prevención de riscos, laborais.	1: Atención ao cliente 2: A sala de vendas 3: A caixa 4: O probador 5: O almacén
Técnicas de venda no comercio	50	Aplicar elementos de comunicación, habilidades comerciais e técnicas comerciais de venda no comercio desde unha perspectiva eminentemente práctica, identificando as distintas etapas polas que pasa un proceso de venda, e incluíndo a análise dos retos que implica a venda na Internet.	1. COMUNICACIÓN, HABILIDADES E TÉCNICAS DE VENDA 1.1.- A arte de vender no comercio 1.2.- Elementos da comunicación comercial aplicada 1.3.- Habilidades comerciais 1.4.- Técnicas de venda no comercio 2. ETAPAS DA VENDA E RETOS NO USO DA REDE 2.1.- Etapas do proceso de venda no comercio
Fundamentos de xestión e atención ao cliente para tendas	40	Adquirir os coñecementos básicos vinculados ao comercio e a xestión de tendas desde a localización, o merchandising, promoción no punto de venda, atención ao cliente, xestión básica de compras e o control de caixa no TPV.	1. O comercio 2. A orientación e localización do negocio 3. O merchandising 4. Publicidade e promoción no punto de venda 5. Atención ao cliente 6. O servizo ao cliente 7. Xestión de compras 8. O control de caixa
Punto de venda e psicoloxía do consumidor	40	Definir e organizar os recursos humanos do punto de venda, atendendo aos criterios do comportamento do consumidor.	1. PRINCIPIOS E CRITERIOS PARA A DISTRIBUCIÓN DA SUPERFICIE DE VENDA 1.1. Criterios comerciais 1.2. Optimización de espazos 1.3. Complementariedade de produtos 2. A CONCEPCIÓN DO ESTABLECEMENTO 2.1. Localización dos sectores máis importantes 2.2. Zonas frías e zonas quentes dun establecemento 3. XESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS NO PUNTO DE VENDA 3.1. Normas e pautas xerais para a determinación dos recursos humanos e materiais no punto de venda 4. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE COÑECEMENTO DO CONSUMIDOR 4.1. Cuantitativos: paneis de consumidores, paneis de distribución

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

ESPECIALIDADE FORMATIVA	HORAS	OBXECTIVO XERAL	CONTIDOS FORMATIVOS
			4.2. Cualitativos: os xeotipos 5. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO PUNTO DE VENDA 5.1. Comportamento racional de compra 5.2. Comportamento irracional de compra

4. PROPOSTA DE NOVOS MÓDULOS E ESPECIALIDADES

4.1. Conclusións da formación dispoñible por posto

POSTO	PROCESO DE TRANSFORMACIÓN	CARENCIAS FORMATIVAS ACTUAIS
Deseñador/a	Debido á transformación tecnolóxica que está a experimentar o sector, este tipo de perfís deberán manterse en constante formación ligado sobre todo á innovación tecnolóxica e ao uso de ferramentas dixitais e de metodoloxía de traballo colaborativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Non se detectan carencias formativas na oferta actual
Patronista	Este perfil debe incorporar coñecementos en ferramentas dixitais de xestión de datos, ERPs e sistemas de información integrados, así como programas dixitais de deseño e patronaxe que elaboren patróns en menor tempo e facendo uso de menos material, o que xoga en favor da produtividade.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta formación sobre ferramentas e programas de patronaxe dixital
Responsable de Márketing e técnico de márketing dixital	Actualmente é de especial importancia para as empresas do sector téxtil e moda manter unha sólida imaxe de marca, sobre todo en contornas dixitais, razón pola cal os especialistas en márketing dixital, redes sociais e o comercio electrónico volvéronse imprescindibles nas empresas do sector. A adaptación deste posto ás novas ferramentas dixitais en márketing é unha prioridade actual e continua.	<ul style="list-style-type: none"> • Non se detectan carencias formativas na oferta actual

ESTUDO TECNOLOXÍAS EMERXENTES PARA A TRANSFORMACIÓN DO EMPREGO

POSTO	PROCESO DE TRANSFORMACIÓN	CARENCIAS FORMATIVAS ACTUAIS
Xestor e-commerce	A pesar do crecemento do comercio electrónico nos últimos anos (e acentuándose especialmente durante a pandemia sanitaria e o confinamento), que os espazos físicos en que os produtos se venden falen da cultura da marca e optimicen tanto o espazo como a imaxe que proxectan, é especialmente valorado polas empresas na actualidade. Este posto debe adaptarse ás novas plataformas e ferramentas de venda en liña, trátase en realidade dun posto de nova creación asociado aos novos hábitos de compra.	<ul style="list-style-type: none"> • Non se detectan carencias formativas na oferta actual
Encargado/a de almacén	Debido ás novas tecnoloxías no sector loxístico e os novos hábitos de compra a través de plataformas dixitais, este posto debe adaptarse ás novas ferramentas de xestión loxística.	<ul style="list-style-type: none"> • Formación sobre solucións dixitais para a xestión de loxística e almacén • Formación sobre solucións dixitais concretas de aplicación en loxística e xestión de almacén. Por exemplo, formación sobre automatización (etiquetas RFID), análises de datos etc.
Enxeñeiro/a de proxectos	A industria téxtil é un dos sectores con maiores cifras de contaminación, e a tendencia cara á sustentabilidade, tanto en materiais como en procesos, provocou que as empresas (sobre todo as de maior tamaño) queiran contar con perfís especialistas no desenvolvemento de negocio de forma sustentable e familiarizados coa responsabilidade social corporativa. Así mesmo, debe adaptarse as novas tecnoloxías e proxectos.	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecementos de Responsabilidade Social Corporativa, especialmente en materia de sustentabilidade ambiental tanto en materiais como en procesos

4.2. Proposta de módulos formativos

POSTO	ANÁLISE DA FORMACIÓN
Deseñador/a	<p>A oferta formativa para os perfís de deseño é moi variada e está especializada. Na actualidade, contan con certificados de profesionalidade e especialidades formativas específicas de deseño téxtil, calzado e marroquinería. Adicionalmente, as especialidades formativas abordan diferentes ferramentas de deseño, como AUTOCAD, Adobe Indesign ou IcadTAC.</p> <p>Con todo, os cursos deben continuar actualizándose a medida que xurdan novas ferramentas de deseño ou se lancen novas versións das actuais, con opcións de deseño máis avanzadas.</p>

POSTO	ANÁLISE DA FORMACIÓN
<p>Patronista</p>	<p>A oferta formativa orientada aos patronistas está moi especializada no patronaxe téxtil, de pel, marroquinería e calzado. Con todo, non se ofrecen cursos de patronaxe dixital nin de ferramentas de patronaxe dixitais. Actualmente, cada vez realízase menos patronaxe manual ou con ferramentas tradicionais, polo que é importante incorporar esta formación á oferta dispoñible. Desta maneira, será posible axilizar os procesos na industria téxtil, tales como a modelaxe.</p> <p>Por iso, propónse unha nova especialidade formativa, denominada “ferramentas dixitais para o deseño e patronaxe de produtos téxtiles”, de 40h de duración. Esta formación impartiríase co obxectivo de dotar de coñecemento sobre o uso dos programas dixitais de deseño e patronaxe.</p>

PROPOSTA FORMATIVA
<p>Nome da especialidade: FERRAMENTAS DIXITAIS PARA O DESEÑO E PATRONAXE DE PRODUTOS TÉXTILES</p>
<p>Contexto: Na actualidade, existen ferramentas dixitais de deseño e patronaxe de produtos do sector téxtil, confección e pel, que facilitan as funcións do patronista. As compañías do sector deben coñecer o potencial das solucións dixitais de aplicación ao deseño e patronaxe, así como a forma de integralas nos seus procesos produtivos. En concreto, o uso das ferramentas dixitais fronte ao método tradicional achegaralles unha maior competitividade acurtando os tempos operativos, mellorando a calidade dos produtos e economizando tanto diñeiro como materiais.</p>
<p>Obxectivos do curso: Adquirir os coñecementos necesarios para o manexo das novas ferramentas dixitais para o deseño e patronaxe de novos produtos do sector téxtil, confección e pel.</p>
<p>Dirixido a: Patronistas</p>
<p>Duración: 25h</p>
<p>Contidos formativos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Patronaxe dixital (5h)

- 1.1. Que é o patronaxe dixital?
- 1.2. Beneficios do patronaxe dixital
- 1.3. Ferramentas de patronaxe dixital

2. Plataformas dixitais para o deseño e patronaxe de produtos téxtiles (10h)
 - 2.1. Ferramentas Dixitais para o Desenvolvemento de patróns en 2D
 - 2.2. O uso do 3D para o desenvolvemento de produtos téxtiles

3. Manexo de ferramentas de patronaxe dixital (10h)
 - 3.1. Comandos básicos e avanzados
 - 3.2. Elaboración de prototipos de confección, calzado e marroquinería
 - 3.3. Exportación, impresión e dixitalización

POSTO	ANÁLISE DA FORMACIÓN
<p>Responsable e técnico de márketing dixital</p>	<p>A oferta formativa en márketing dixital non está sectorizada, senón que é transversal a todos os sectores. Existen unha multitude de especialidades vinculadas coa planificación estratéxica, as técnicas de márketing dixital e mesmo o márketing do comercio electrónico.</p> <p>Considérase que a oferta formativa actual é moi completa, está actualizada e vai facilitar o proceso de transformación cara ás ferramentas e técnicas de márketing dixitais fronte ás máis tradicionais. Por iso, non se propón ningunha ampliación na oferta formativa actual para os perfís de márketing.</p>

POSTO	ANÁLISE DA FORMACIÓN
<p>Xestor de e-commerce</p>	<p>Aínda que o xestor de e-commerce ou comercio electrónico non conta con ningún certificado de profesionalidade específico, se que ten á súa disposición unha ampla oferta de especialidades formativas.</p> <p>Dado o crecemento exponencial do comercio electrónico nos últimos anos, e en especial no sector téxtil e moda, hai unha demanda alta deste tipo de perfís. Moitos profesionais do mundo do márketing, comercial e vendas deberanse adaptar ás novas ferramentas e plataformas de venda en liña. Por iso, propónse priorizar a formación dispoñible na actualidade, tanto as formacións xenéricas de comercio electrónico, como as orientadas a técnicas, ferramentas e programas de venda en liña.</p>

POSTO	ANÁLISE DA FORMACIÓN
<p>Responsable de almacén</p>	<p>A formación orientada aos postos de responsabilidade nun almacén non ofrece contidos sobre as novas tecnoloxías de aplicación na xestión de almacéns: automatización, etiquetas RFID... Non obstante, o certificado actual si que contén formación en ERP e outros softwares de xestión.</p> <p>Debido ao auxe da venda en liña, este rol converteuse nunha figura imprescindible na cadea de subministración, para poder levar a cabo un correcto desenvolvemento das actividades da empresa. Por tanto, este posto debe adquirir coñecementos sobre as novas tecnoloxías e ferramentas de xestión loxística para o almacén. Proponse incluír ao Certificado de Profesionalidade actual "Organización e xestión de almacéns" (390h) un novo módulo de " Novas tecnoloxías de aplicación en Loxística e Xestión de almacén".</p>

PROPOSTA FORMATIVA
<p>Nome da especialidade: NOVAS TECNOLOXÍAS DE APLICACIÓN EN LOXÍSTICA E XESTIÓN DE ALMACÉN</p>
<p>Contexto: A necesidade de automatización dos procesos é fundamental na xestión de procesos, de forma que as persoas se apoiem na tecnoloxía para poder realizar o seu traballo. A xestión de almacén e loxística require de moitos procesos repetitivos que a tecnoloxía pode realizar de forma máis eficiente. Adicionalmente, xera rastrexabilidade do proceso para a súa posterior análise e toma de decisións.</p>
<p>Obxectivos do curso: Capacitar os profesionais no uso de tecnoloxías clave na xestión de almacén e loxística, de forma que poidan apoiarse na automatización de procesos e poidan mellorar en eficacia ao diminuír erros.</p>
<p>Dirixido a: Técnicos/as de loxística, Responsables da xestión de almacén, operarios/as de almacén</p>
<p>Duración: 390 horas duración actual. Duración do novo módulo: 60h</p>

Contidos formativos:

MF1014_3: Organización de almacéns

UF0926: Deseño e organización do almacén

Módulo: Novas tecnoloxías de aplicación en Loxística e Xestión de almacén (60h) – NOVO

UF00927: Xestión do equipo de traballo do almacén

UF00928 (transversal) Seguridade e prevención de riscos no almacén

MF1015_2: Xestión das operacións de almacenaxe

UF00929: Xestión de pedidos e stock

UF00928: (transversal) Seguridade e prevención de riscos no almacén

MF1005_3: (transversal) Optimización da cadea loxística

MP0193: Módulo de prácticas profesionais non laborais de organización e xestión de almacéns

POSTO	ANÁLISE DA FORMACIÓN
<p>Enxeñeiro/a de proxectos</p>	<p>A formación dos enxeñeiros de proxectos do sector téxtil e moda é variada e técnica. Con todo, non contempla a formación en materia de sustentabilidade ambiental. A tendencia da industria téxtil cara á sustentabilidade require que estes perfís teñan coñecementos para atopar solucións á diminución de recursos e materias primas, ao desenvolvemento dun negocio sustentable e sexan capaces de innovar e diferenciarse a través do ecodeseño.</p> <p>Por iso, propónse ofrecer unha nova especialidade formativa sobre “Ecodeseño e xestión da sustentabilidade no sector téxtil e moda” de 40 horas de duración.</p>

PROPOSTA FORMATIVA
<p>Nome da especialidade: ECODSEÑO E XESTIÓN DA SUSTENTABILIDADE NO SECTOR TÉXTIL E MODA</p>
<p>Contexto:</p> <p>A pegada ambiental da industria da moda creceu de maneira exponencial nos últimos anos. Sitúase como a segunda industria máis contaminante do mundo debido ás altas emisións de CO2 e ás toneladas de refugallos téxtiles que produce. É imprescindible que os actores responsables de proxectos de téxtil-confección adquiran coñecementos para a xestión da sustentabilidade e o ecodeseño no sector.</p>
<p>Obxectivos do curso:</p> <p>Dotar os alumnos de coñecementos sobre a fabricación e distribución téxtil sustentable, incluíndo coñecementos técnicos e de xestión de procesos sustentables.</p>
<p>Dirixido a: enxeñeiro/a de proxecto</p>
<p>Duración: 40h</p>
<p>Contidos formativos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sustentabilidade e Ecodeseño (20h)

- 1.1. Concepto de sustentabilidade
- 1.2. Tendencias do sector, cadea de valor téxtil e principais stakeholders no sector
- 1.3. Deseño sustentable
- 1.4. Innovación e Tecnoloxía Téxtil Sustentable

2. Xestión da Sustentabilidade na Empresa (10h)
 - 2.1. Residuos cero
 - 2.2. Materias primas e procesos
 - 2.3. Estratexias de xestión dos residuos téxtiles

3. Ciclo de vida no sector téxtil (5h)
 - 3.1. Fabricación
 - 3.2. Distribución

4. Ecoetiquetado e certificacións (5h)
 - 4.1. Indicadores de mercado en clave de sustentabilidade