

ANEXO I: FICHA DE ACCIONES FORMATIVAS

Plan de Formación Continua de la FAMP 2019

Ref.: **FC FAMP 2019_26**

Los contenidos básicos de cada acción formativa incluida en esta licitación, están previstos en las siguientes **Fichas**. No obstante, éstos pueden ser desarrollados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
19128	BIG DATA. LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL. EL NEGOCIO ESTÁ EN TUS DATOS	On-line	2	75	40
<p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar competencias claves para poder participar en diálogos sobre este tipo de iniciativas en su entorno profesional. • Una breve inmersión en el mundo analítico actual. • Conocer un mercado –tecnológico– en constante expansión. • Acceder a casos de éxito en distintos sectores. • Conocer las principales técnicas de tratamiento y control de los datos. • Inmersión en la calidad de datos y gobierno de la información. • Concepción de la importancia de tener un dato robusto, saneado y veraz. • Perder el miedo a utilizar herramientas de inteligencia empresarial. • Inmersión en los procesos de la analítica clásica. • Concepción de la complejidad que conlleva un sistema analítico. • Conocer los diferentes conceptos y herramientas de que disponemos a la hora de representar los datos. • Concepción de la importancia que conlleva representar correctamente los datos. • Saber que un análisis no interpretable no vale para mucho. • Tener un conocimiento más claro de lo que se denomina Big Data. • Conocer sus principales componentes, librerías y ecosistemas. • Ser conscientes de las principales diferencias entre Apache Hadoop y Apache Spark. • Conocer algunos conceptos y principales metodologías utilizadas en la analítica avanzada. • Cómo se relacionan con el Business Intelligence o analítica tradicional. 					
<p>PROGRAMA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Antecedentes, definiciones y bases para un correcto entendimiento 1. Necesidades del ejecutivo 2. Problemas de IT que resuelve 3. ¿Qué es un DSS? 4. Business Intelligence <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es? 2. ¿Qué persigue? 3. ¿Qué no es Business Intelligence? 5. Business Analytics 6. Business Intelligence vs Business Analytics 7. Grados de madurez analítica de una empresa <ol style="list-style-type: none"> 2. La importancia del dato Valor <ol style="list-style-type: none"> 1. Data Governance <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es? 2. Data Governance como proceso, no como proyecto 3. Ventajas <ol style="list-style-type: none"> 2. Data Quality <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es? 2. Características del Data Quality 3. Factores que contribuyen a tener una baja calidad en los datos 3. Data Quality & Governance-GDPR <ol style="list-style-type: none"> 3. Algunos conceptos técnicos de la analítica tradicional 					



Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analítica clásica: flujo de datos 2. Procesos ETL 3. DataWarehouse 4. Datamart 5. Cubos OLAP 6. Sistema de Reporting 7. Panel de control y dashboard 8. Balanced Scorecard 9. Comparación de herramientas 10. Business Intelligence - Solvencia II 				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Alcance de la solución planteada 3. Infraestructura objetivo de la aseguradora 4. Entorno analítico para dar respuesta a la normativa 5. Factores de éxito 				
	<ol style="list-style-type: none"> 4. Representación de los datos 1. Analítica clásica: Flujo de datos 2. Cuadro de Mando Integral (CMI) 				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Origen del CMI 2. ¿Qué es un CMI? 3. ¿Por qué usar un CMI? 4. El CMI en el control de gestión 5. Perspectivas del CMI 				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Perspectiva financiera 3. Perspectiva clientes 4. Perspectiva procesos internos 5. Perspectiva aprendizaje y crecimiento 				
	<ol style="list-style-type: none"> 3. Tipo de Herramientas 5. Introducción al Big Data 				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Historia del Big Data 2. ¿Qué es el Big Data? 3. Apache Hadoop y su ecosistema 4. MapReduce: el motor de Hadoop 5. Spark 				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿El sustituto de MapReduce? 2. Componentes de Spark 3. Formas de implementar Spark 6. MapReduce vs Spark 				
	<ol style="list-style-type: none"> 7. Big Data y problemas de rendimiento en una TELCO 8. Objetivos perseguidos 9. Explicación 10. Modelo de Fast Data 				
	<ol style="list-style-type: none"> 6. Introducción a la analítica avanzada 1. Algoritmia 2. Estadística descriptiva 3. Análisis clúster 4. Análisis factorial 5. Regresión 6. Ejemplo: detección de empresas ficticias 				



ANEXO I: FICHA DE ACCIONES FORMATIVAS

Plan de Formación Continua de la FAMP 2019

Ref.: **FC FAMP 2019_26**

Los contenidos básicos de cada acción formativa incluida en esta licitación, están previstos en las siguientes **Fichas**. No obstante, éstos pueden ser desarrollados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

<i>Nº de acción formativa</i>	<i>Denominación de las acción formativa</i>	<i>DATOS POR EDICIÓN</i>			
		<i>Modalidad Impartición</i>	<i>Ediciones previstas</i>	<i>Nº alumnado mínimo</i>	<i>Nº Horas</i>
19130	INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS FORENSE DE DISPOSITIVOS MÓVILES	On-line	2	75	35
<p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Conocer el funcionamiento de los móviles y sus sistemas operativos e inteligentes, y las potencialidades de delito que se genera, con objeto de potenciar la ciberseguridad 					
<p>PROGRAMA:</p> <p>Módulo 1: La tecnología móvil.</p> <ul style="list-style-type: none"> Tipología y características. Sistema de comunicación en las redes móviles. <p>Módulo 2: Dispositivos móviles.</p> <ul style="list-style-type: none"> Teléfonos móviles inteligentes. Smartphone. Principales sistemas operativos. Symbian, Windows Phone, Android, Iphone OS. Seguridad en los dispositivos móviles. <p>Módulo 3. Herramientas para el análisis forense de dispositivos móviles.</p> <ul style="list-style-type: none"> Herramientas gratuitas genéricas. Herramientas gratuitas específicas. Herramientas de pago. Normativa sobre seguridad de la información. Normativa relacionada con la ciberseguridad. Legislación sobre delitos informáticos 					



ANEXO I: FICHA DE ACCIONES FORMATIVAS

Plan de Formación Continua de la FAMP 2019

Ref.: **FC FAMP 2019_26**

Los contenidos básicos de cada acción formativa incluida en esta licitación, están previstos en las siguientes **Fichas**. No obstante, éstos pueden ser desarrollados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
19132	PROPIEDAD INTELECTUAL: ESPECIAL REFERENCIA AL ENTORNO DIGITAL	On-line	2	75	20
<p>OBJETIVOS:</p> <p>Dotar al alumno de los conocimientos y herramientas necesarias para:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tener claros los conceptos y límites de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública, transformación y colección de contenidos intelectuales. 2. Explorar los límites y normativa existente en torno a los nuevos medios de reproducción digitales de contenidos sometidos a propiedad intelectual. 3. Aclarar conceptos en situaciones controvertidas de uso de propiedad intelectual en las redes en sus distintas modalidades. 					
<p>PROGRAMA:</p> <p>TEMA 1. RÉGIMEN JURÍDICO DEL MONOPOLIO O EXCLUSIVA DE EXPLOTACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. EL DERECHO DE REPRODUCCIÓN <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Concepto y contenido 1.2. Caracteres y requisitos 1.3. Reproducciones no autorizadas 2. EL DERECHO DE DISTRIBUCIÓN <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Concepto y contenido 2.2. Requisitos 2.3. Agotamiento del derecho de distribución 3. EL DERECHO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Concepto 3.2. Requisitos 4. EL DERECHO DE TRANSFORMACIÓN <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Concepto y contenido 4.2. Requisitos 4.3. Tipos 5. EL DERECHO DE COLECCIÓN <ol style="list-style-type: none"> 5.1. El derecho de colección como derecho de explotación 5.2. Concepto y contenido <p>TEMA 2. DERECHOS DE EXPLOTACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. EL FENÓMENO DIGITALIZADOR 2. LAS EMISIONES DE OBRAS INTELECTUALES EFECTUADAS EN LUGARES PÚBLICOS 3. LAS BASES DE DATOS Y LOS «DERECHOS SUI GENERIS» 4. LAS OBRAS MULTIMEDIA 5. LAS AUTOPISTAS DE LA INFORMACIÓN. LA RED DE INTERNET <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Supuestos conflictivos <ol style="list-style-type: none"> 5.1.1. Responsabilidad de los proveedores de servicios 5.1.2. Los links 5.1.3. Uso de imágenes 5.1.4. Buscadores de páginas web 5.1.5. Utilización de filtros 					



<i>Nº de acción formativa</i>	<i>Denominación de las acción formativa</i>	<i>DATOS POR EDICIÓN</i>			
		<i>Modalidad Impartición</i>	<i>Ediciones previstas</i>	<i>Nº alumnado mínimo</i>	<i>Nº Horas</i>
	5.1.6. Caching 5.1.7. Framing 5.1.8. Licencias implícitas 5.1.9. Jurisdicción TEMA 3. LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL FRENTE A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 1. LA PROTECCIÓN CIVIL EN LA NUEVA LEY DE ENJUICIAMIENTO CIVIL 2. LA PROTECCIÓN PENAL				



ANEXO I: FICHA DE ACCIONES FORMATIVAS

Plan de Formación Continua de la FAMP 2019

Ref.: FC FAMP 2019_26

Los contenidos básicos de cada acción formativa incluida en esta licitación, están previstos en las siguientes **Fichas**. No obstante, éstos pueden ser desarrollados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
19134	WEB 2.0 EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL	On-line	3	75	30
<p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las diferencias entre web 1.0 y 2.0 • Conocer qué son las Comunidades virtuales y las redes sociales y las diferencias de cada una de ellas • Como consecuencia de los cambios experimentados por Internet, veremos qué nuevos perfiles se han creado en torno a ella • Conocer las características y la estructura de los contenidos en Internet • Analizar el fenómeno blog desde el punto de vista corporativo • Conocer las principales redes sociales y sus características • Conocer las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas • Algunas técnicas para conseguir seguidores • Conocer casos de éxito y de fracaso en redes sociales • Saber las reglas que rigen los distintos formatos de Internet y aplicarlas para escribir textos y contenido apropiado • Aprender conceptos básicos de Internet como netiqueta, spam, interactividad y saber lidiar con los mismos • Establecer el alcance de la analítica web • Conocer algunos términos relacionados con la analítica • Visión general de Google Analytics como principal herramienta • Como realizar analítica en las redes sociales • Entender los principios fundamentales de la difusión en redes sociales • Conocer las recomendaciones indispensables para un uso seguro de las redes sociales • Conocer las principales herramientas del buscador Google • Conocer e identificar las principales utilidades de un blog 					
<p>PROGRAMA:</p> <p>INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es la web 2.0? De la web 1.0 a la web 2.0 1. Introducción 2. Características de la web 1.0 3. La web 2.0 4. El término web 2.0 según Tim O'Reilly 5. El manifiesto Cluetrain 2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. ¿Qué es la comunicación? 3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos 4. Introducción 5. Objetivos 6. Tipos de comunidades virtuales 7. ¿Qué beneficios aporta una comunidad virtual? 8. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social 9. ¿Qué es una Red social? 10. La teoría de los Seis grados de separación 11. Definiciones 12. Perfiles profesionales de la web 2.0 <p>LOS CONTENIDOS DIGITALES 2.0</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Internet como canal de comunicación 					



Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
	2. ¿Qué es la comunicación? 3. El caso de Internet 4. Características propias de Internet 5. La redacción en entornos digitales 6. Contextualización 7. Desde el punto de vista narrativo 8. Desde el punto de vista formal 9. Generación óptima de contenidos 10. Algunos consejos 11. Cómo conseguir visitas en 7 pasos 12. Aspectos a tener en cuenta 13. La lectura en Internet 14. El contenido audiovisual 15. El fenómeno de la blogosfera. El blog corporativo 16. Introducción 17. Las razones del éxito 18. Tipos de blog 19. ¿Qué es un blog? 20. El blog corporativo LAS REDES SOCIALES 1. Clasificación de las redes sociales 2. Introducción 3. Tipos de redes sociales 4. Redes sociales más utilizadas 5. Facebook 6. Introducción 7. Aspectos más importantes de Facebook 8. Tuenti 9. Twitter 10. Introducción 11. Un lenguaje propio 12. Seguridad en Twitter 13. Gestión de listas en Twitter 14. Youtube a. Introducción 1. Youtube y sus usos 2. Youtube como red social 2. LinkedIn 1. Introducción 2. Actividad y contactos en LinkedIn 3. Recomendaciones y grupos 4. Empleo y Empresas 15. Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing 1. Flickr 2. Myspace 3. Vimeo 4. Xing 5. Botones sociales y agregadores de noticias 6. las redes sociales como medio publicitario 7. ¿Cómo conseguir seguidores? 6. Casos de éxito 1. PPT de Juan Merodio. Uso de las redes sociales aplicadas a empresas 2. PDF de Victor Puig. Casos de éxito y tropiezos en la gestión de la Reputación Online ESCRITURA EN LOS DISTINTOS FORMATOS DE INTERNET 1. Libro de estilo para escritores 2.0				



Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
	2. Conceptos previos 3. La figura del Community Manager 4. Escribiendo noticias en la red. Periodismo digital 5. Introducción 6. Diferencias del medio tradicional con el medio digital 7. El periodista digital 8. Cómo escribir noticias para la red. Características de este nuevo lenguaje 9. Escribiendo lenguaje publicitario en la red. Facebook 10. De la publicidad off-line a la publicidad on-line 11. Ventajas de la publicidad online 12. El lenguaje publicitario en Internet. Pautas de redacción 13. Creación de boletines electrónicos 14. Los usuarios/clientes ya no son como antes 15. Facebook como plataforma comercial 16. Escribiendo un blog 17. Estrategias para un blog exitoso 18. Consejos para escribir un blog 19. Escribiendo en Twitter 20. Introducción a Twitter 21. Particularidades 22. Algunas pautas para el microblog 23. Pautas para la redacción en Twitter 24. Escribiendo en Foros. Hábitos de escritura (Netiqueta) 25. Introducción 26. Consejos para moverse por un foro ANALÍTICA Y MEDICIÓN 1. ¿Qué es la analítica web? 2. Introducción 3. La irrupción del Social Media 4. Métricas fundamentales y otros parámetros 5. Medición de resultados cualitativos 6. Del ROI al ROR 7. Glosario de términos 8. Introducción a Google Analytics 9. Introducción 10. Pasos a seguir 11. La analítica en redes sociales 12. Introducción 13. Métricas para monitorizar la actividad 14. Las estadísticas de Facebook 15. Las estadísticas de Twitter LA WEB 2.0 EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA 1. Reflexiones sobre Administración pública y web 2.0 2. Uso y aplicación administrativa: 2. 2. 3. Google 4. Historia del buscador 5. ¿Cómo funciona Google? 6. Estructura de la página de resultados de Google 7. La web invisible 8. Blogs 9. El fenómeno blog. El microbloggin 10. Consejos para redactar un blog 11. Plataforma online para la creación de blogs				

