



# Catálogo de Especialidades Formativas

**PROGRAMA FORMATIVO**

**MARKETING EN PODCAST Y AUDIO MARKETING**

Febrero 2024



## IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

<b>Denominación de la especialidad:</b>	MARKETING EN PODCAST Y AUDIO MARKETING
<b>Familia Profesional:</b>	COMERCIO Y MARKETING
<b>Área Profesional:</b>	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
<b>Código:</b>	COMM0039
<b>Nivel de cualificación profesional:</b>	2

### Objetivo general

Conocer y aplicar podcast y audio marketing en el sector del marketing.

### Relación de módulos de formación

<b>Módulo 1</b>	INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN PODCAST	30 horas
<b>Módulo 2</b>	AUDIO MARKETING	30 horas

### Modalidades de impartición

Presencial  
Teleformación

### Duración de la formación

**Duración total en cualquier modalidad de impartición** 60 horas

**Teleformación** Duración total de las tutorías presenciales: 12 horas

### Requisitos de acceso del alumnado

<b>Acreditaciones / titulaciones</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:  -Certificado de profesionalidad de nivel 1 -Título Profesional Básico (FP Básica) -Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente -Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad
<b>Experiencia profesional</b>	No se requiere
<b>Modalidad de teleformación</b>	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

## Prescripciones de formadores y tutores

<b>Acreditación requerida</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico o Técnico Superior de la familia profesional Comercio y Marketing</li> <li>• Certificados de profesionalidad de nivel 2 de la familia profesional Comercio y Marketing</li> </ul>
<b>Experiencia profesional mínima requerida</b>	No se requiere
<b>Competencia docente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificado de profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo o equivalente, o tener formación en metodología didáctica para adultos (mínimo 300 horas).</li> <li>• Acreditar una experiencia docente superior a 300 horas.</li> <li>• Titulaciones universitarias de Psicología/ Pedagogía/ o Psicopedagogía, Máster Universitario de Formación de Formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.</li> </ul>
<b>Modalidad de teleformación</b>	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

## Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

<b>Espacios formativos</b>	<b>Superficie m<sup>2</sup> para 15 participantes</b>	<b>Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)</b>
Aula de informática	45.0 m <sup>2</sup>	2.4 m <sup>2</sup> / participante

<b>Espacio formativo</b>	<b>Equipamiento</b>
Aula de informática	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa y silla para el formador</li> <li>• Mesas y sillas para el alumnado</li> <li>• Material de aula</li> <li>• Pizarra</li> <li>• PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador</li> <li>• PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los alumnos.</li> <li>• Software específico para el aprendizaje de la acción formativa</li> </ul>

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m<sup>2</sup>/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

### Características

- La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones.
- Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

### Otras especificaciones

- Pizarra virtual interactiva.
- PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador.
- Herramientas de comunicación y audio.
- Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa:
  - Paquete integrado de ofimática.
  - Visor de documentos en formato pdf.
  - Plataforma de videoconferencia (Zoom).
- Conexión a Internet: banda ancha con cable o inalámbrica (3G o 4G/LTE).
  - Altavoces y un micrófono: integrados o con complemento USB o Bluetooth inalámbricos.
  - Cámara web o cámara web HD: integrada o con complemento USB o bien una cámara HD o videocámara HD con tarjeta de captura de vídeo.
    - Navegadores: iOS/iPadOS: Safari5+, Chrome y Android: Webkit (predeterminado), Chrome.
    - Cualquier procesador de 1 GHz de un núcleo o superior (que no sea Intel).

Si la especialidad se imparte en **modalidad de teleformación**, cuando haya tutorías presenciales, se utilizarán los espacios formativos y equipamientos necesarios indicados anteriormente.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

### Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

- a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios
- b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs,

Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interactuar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

### **Material virtual de aprendizaje:**

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.

- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

## Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 2652 PROFESIONALES DE RELACIONES PÚBLICAS
- 3813 TÉCNICOS EN REDES
- 2473 INGENIEROS TÉCNICOS EN TELECOMUNICACIONES
- 3811 TÉCNICOS EN OPERACIONES DE SISTEMAS INFORMÁTICOS
- 3820 PROGRAMADORES INFORMÁTICOS
- 2651 PROFESIONALES DE LA PUBLICIDAD Y LA COMERCIALIZACIÓN
- 3833 TÉCNICOS DE INGENIERÍA DE LAS TELECOMUNICACIONES
- 2723 ANALISTAS DE REDES INFORMÁTICAS
- 2711 ANALISTAS DE SISTEMAS
- 5300 COMERCIANTES PROPIETARIOS DE TIENDAS
- 1222 DIRECTORES DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
- 3510 AGENTES Y REPRESENTANTES COMERCIALES
- 2729 ESPECIALISTAS EN BASES DE DATOS Y EN REDES INFORMÁTICAS NO CLASIFICADOS BAJO OTROS EPÍGRAFES
- 2721 DISEÑADORES Y ADMINISTRADORES DE BASES DE DATOS
- 1221 DIRECTORES COMERCIALES Y DE VENTAS
- 2712 ANALISTAS Y DISEÑADORES DE SOFTWARE
- 2722 ADMINISTRADORES DE SISTEMAS Y REDES
- 2431 INGENIEROS INDUSTRIALES Y DE PRODUCCIÓN

## Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

### Centro Móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

## DESARROLLO MODULAR

### OBJETIVO

Conocer los aspectos y las características básicas del marketing en podcast

### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

30 horas

**Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 6 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Fundamentos del podcasting
  - Qué es un podcast
  - Historia y evolución del podcasting
  - Beneficios del podcasting en el marketing
  - Planificación y objetivos del podcast
- Creación y producción de podcasts
  - Equipamiento y software necesario
  - Guión y estructura de un episodio
  - Grabación y edición de audio
  - Diseño de portadas y branding
- Distribución y promoción de podcasts
  - Plataforma de alojamiento y distribución
  - Estrategias de promoción y crecimiento de audiencia
  - Monetización de un podcast
  - Métricas y análisis de rendimiento
- Casos de estudio y práctica
  - Estudio de casos de éxito en marketing de podcasts
  - Desarrollo de un plan de marketing de podcast
  - Grabación y edición práctica
  - Evaluación de resultados y ajustes

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Valoración de la posibilidad de monetizar un podcast
- Análisis del proceso de creación de un podcast
  - Desarrollo de competencias digitales aplicadas al uso de herramientas de creación y edición de podcast

#### Resultados que tienen que adquirirse en presencial

Deberán realizarse de forma presencial las siguientes actividades:

En un supuesto dado, realizar ejercicios prácticos analizando casos de éxito de

## MÓDULO DE FORMACIÓN 2: AUDIO MARKETING

### OBJETIVO

Conocer los aspectos y características del audio marketing

### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

30 horas

**Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 6 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Estrategias de audio marketing.
  - Introducción al audio marketing.
  - Publicidad de audio y patrocinios en podcasts.
  - Creación de anuncios.
  - Integración de audio en estrategia multicanal.
- Voz y branding sonoro.
  - Importancia de la voz y el branding sonoro.
  - Creación de una identidad auditiva.
  - Ejemplos de branding sonoro exitoso.
  - Implementación en la estrategia de marketing.
- Podcasts corporativos y podcasting interno.
  - Uso de podcasts en la comunidad corporativa.
  - Creación de un podcast corporativo.
  - Entrevista y testimonios de empleados.
  - Medición del impacto en la cultura organizacional.
- Tendencias futuras en el audio marketing.
  - Realidad aumentada y audio espacial.
  - Inteligencia artificial y voz.
  - Evolución de las plataformas de distribución.
  - Ética en el audio marketing.

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Valoración de la utilización audio en marketing
- Desarrollo de competencias digitales aplicadas al uso de herramientas de creación y edición de audio
- Valoración del futuro del audio marketing y los aspectos éticos en este campo

#### Resultados que tienen que adquirirse en presencial

Deberán realizarse de forma presencial las siguientes actividades:

En un supuesto dado, realizar ejercicios prácticos analizando campañas de audio marketing exitosas

### **ORIENTACIONES METODOLÓGICAS**

Todo el programa se basa en la práctica para una mejor asimilación de conceptos. En cada unidad se han incluido casos prácticos a llevar a cabo, así como el estudio de casos de éxito reales.

### **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA**

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.