

PROGRAMA INTEGRAL DE CUALIFICACIÓN Y EMPLEO

Formación Gratuita destinada a jóvenes inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil. Online.

TICS Y EMPLEABILIDAD (NIVEL BÁSICO)



Curso: Introducción a las bases de datos, Presentaciones PREZI y Marca personal. 65 horas (Online)

INTRODUCCIÓN A LAS BASES DE DATOS

Objetivos:

Comprender y aplicar los fundamentos conceptuales y las técnicas de las bases de datos relacionales Determinar los elementos de la base de datos que se han de manipular, mediante la interpretación del diseño de la base de datos y el análisis de los requisitos de usuario.

Contenidos:

1. Evolución histórica de las bases de datos. 2. Ventajas e inconvenientes de las bases de datos. 3. Conceptos generales. 4. Administración de los datos y administración de base de datos. 5. Niveles de arquitectura: interno, conceptual y externo.	6. Modelos de datos. Clasificación. 7. Independencia de los datos. 8. Lenguaje de definición de datos. 9. Lenguaje de manejo de base de datos. Tipos. 10. El sistema de Gestión de la base de datos (DBMS). Funciones.	11. El administrador de la base de datos (DBA). Funciones. 12. Usuarios de las bases de datos. 13. Estructura general de la base de datos .Componentes funcionales. 14. Arquitectura de sistemas de bases de datos.
--	--	--

PRESENTACIONES CON PREZI

Objetivos:

Dominar el diseño de presentaciones a través de PREZI, así como el manejo de la herramienta para realizar presentaciones.

Contenidos:

<p>UD1. Introducción a Prezi.</p> <p>1.1. ¿Cómo realizar una buena presentación?.</p> <p>1.2. ¿Por qué utilizar la herramienta Prezi?.</p> <p>1.3. Registro y tipos de cuentas en la página de web de Prezi.</p> <p>1.4. Primer contacto con el escritorio de trabajo de Prezi.</p>	<p>UD2. El entorno de trabajo I.</p> <p>2.1. Diferentes estilos y temas (predeterminados/crear uno propio) y opciones de personalización.</p> <p>2.2. La paleta de colores.</p> <p>2.3. La herramienta de texto (Trabajar con Títulos y subtítulos).</p> <p>2.4. Herramientas escala, posicionar, girar y transformar.</p> <p>2.5. Insertar marcos, editarlos y crear composiciones.</p>
<p>UD3. El entorno de trabajo II.</p> <p>3.1. Insertar Símbolos, formas.</p> <p>3.2. Insertar diagramas.</p> <p>3.3. Herramientas flecha y rotulador.</p> <p>3.4. Insertas imágenes, PDF, PSD, archivos multimedia, música, locución,</p> <p>3.5. Trabajar con video en Prezi (archivos locales o youtube).</p> <p>3.6. Importar presentaciones Powerpoint y como modificarlas.</p>	<p>UD4. Orden y ruta de la presentación y efectos.</p> <p>4.1. Ordenar nuestra presentación a través de la herramienta PATH.</p> <p>4.2. Como insertar diferentes efectos de Rotación, zoom y diferentes formas de puntos de anclaje.</p> <p>4.3. Diferentes tipos de visionado, descarga de contenido, como compartir y publicar la presentación.</p> <p>4.4. Resumen de los contenidos impartidos.</p>

MARCA PERSONAL

Objetivos:

- Entender la importancia que la marca personal tiene en la actualidad, con especial atención al entorno profesional.
- Conocer las claves para identificar la marca personal y desarrollar la propuesta de valor.
- Diferenciar entre estrategia y táctica dentro de nuestro plan de acción de marca personal.
- Conocer herramientas para la creación y programación de contenidos.
- Conocer herramientas para el seguimiento y medición del impacto de nuestra actividad vinculada a nuestra marca personal.
- Conocer los canales y herramientas disponibles para trabajar en la gestión de la marca personal.
- Conocer las redes sociales más utilizadas, su funcionamiento así como los errores a evitar en cada una de ellas.
- Aprender las claves para realizar un networking efectivo.

Contenidos:

<p>UD1. La marca personal: conceptualización y contexto.</p> <p>1.1. ¿Qué es la marca personal?.</p> <p>1.2. Diferencias entre marca personal y personal branding.</p> <p>1.3. ¿Por qué es tan importante gestionar la marca personal?.</p>	<p>UD2. Como identificar y desarrollar la marca personal.</p> <p>2.1. Objetivos de la marca personal.</p> <p>2.2. Autoconocimiento.</p> <p>2.2.1. DAFO personal.</p> <p>2.3. Público objetivo.</p> <p>2.4. Propuesta de valor.</p> <p>2.4.1. Valores.</p>	<p>UD3. Herramientas/canales online y offline de la marca personal.</p> <p>3.1. Herramientas/canales para el desarrollo de la marca personal.</p> <p>3.2. Redes sociales: tipos y objetivos.</p> <p>3.2.1. Facebook.</p>	<p>UD4. Creación de contenidos, programación y medición del impacto de la marca personal.</p> <p>4.1. Herramientas de creación de contenidos.</p> <p>4.1.1. Infogram.</p> <p>4.1.2. Powtoon.</p> <p>4.1.3. Knovio.</p> <p>4.1.4. Canva.</p> <p>4.1.5. Power Point.</p>
---	---	--	--

<p>1.4. La marca personal en el entorno profesional. 1.4.1. Embajadores de marca. 1.5. Marca personal y Huella digital.</p>	<p>2.4.2. Habilidades y competencias. 2.4.3. Especialización. 2.5. Plan de acción.</p>	<p>3.2.1.1. Funcionalidades de Facebook. 3.2.1.2. Errores a evitar en Facebook. 3.2.2. LinkedIn. 3.2.2.1. Funcionalidades de LinkedIn. 3.2.2.2. Errores a evitar en LinkedIn. 3.2.3. Twitter. 3.2.3.1. Funcionalidades de Twitter. 3.2.3.2. Errores a evitar en Twitter. 3.2.4. Instagram. 3.2.4.1. Funcionalidades de Instagram. 3.2.4.2. Errores a evitar en Instagram. 3.3. Blog. 3.4. Networking. 3.5. Buenas prácticas en el uso de canales online y offline.</p>	<p>4.1.6. Prezi. 4.2. Herramientas para la programación de contenidos. 4.2.1. Hootsuite. 4.2.2. Buffer. 4.3. Herramientas de medición del impacto. 4.3.1. Kred. 4.3.2. Metricool.</p>
---	--	--	---

La formación es tutorizada: Tienes un tutor a tu disposición siempre que lo necesites.

Realizas una evaluación al final de la acción formativa.

Recibes un diploma acreditativo emitido por Cámara España y Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

Una vez finalizado el curso puedes completarlo con una Formación Específica a elegir dentro de una amplia Área Temática.

Plazas limitadas por riguroso orden de inscripción.

DEBIDO A LA ACTUAL SITUACIÓN SANITARIA NO SE ATENDERÁ PRESENCIALMENTE SIN CITA PREVIA

SOLICITAR CITA EN EL TELÉFONO 947 25 74 20

