

## I. DISPOSICIONES GENERALES

### MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

**3538** *Real Decreto 144/2024, de 6 de febrero, por el que se establece el Curso de especialización de Formación Profesional de Grado Superior en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas y se fijan los aspectos básicos del currículo.*

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, dispone en su artículo 39.3 que los cursos de especialización tendrán una oferta modular, de duración variable, que integre los contenidos teórico-prácticos adecuados a los diversos campos profesionales. En su artículo 39.6, establece que el Gobierno, previa consulta a las comunidades autónomas, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de formación profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

Por otro lado, el artículo 42.2 dispone que los cursos de especialización complementarán o profundizarán en las competencias de quienes ya dispongan de un título de formación profesional o cumplan las condiciones de acceso que para cada uno se determine.

A efectos de la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-11), los cursos de especialización se considerarán un programa secuencial de los títulos de referencia que dan acceso a los mismos.

Por su parte, la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, en sus artículos 6.3 y 6.4 establece, en relación con la formación profesional, que el Gobierno fijará los objetivos, competencias, contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del currículo básico. Los contenidos del currículo básico requerirán el 50 por 100 de los horarios para las comunidades autónomas que tengan lengua cooficial y el 60 por 100 para aquellas que no la tengan.

Además, esta misma ley, en su artículo 6.5, establece que las administraciones educativas podrán, si así lo consideran, exceptuar los cursos de especialización de las enseñanzas de Formación Profesional de los porcentajes requeridos en enseñanzas mínimas, pudiendo establecer su oferta con una duración a partir del número de horas previsto en el currículo básico de cada uno de ellos.

Asimismo, el artículo 41.7 establece que podrán acceder a un curso de especialización de formación profesional quienes estén en posesión de un título de Técnico o de Técnico Superior asociados al mismo o cumplan los requisitos que para cada curso de especialización se determinen.

La Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, dispone en su artículo 5.1 y 5.3 a) y b) que el Sistema de Formación Profesional está compuesto por el conjunto articulado de actuaciones dirigidas a identificar las competencias profesionales del mercado laboral, asegurar las ofertas de formación idóneas, posibilitar la adquisición de la correspondiente formación o, en su caso, el reconocimiento de las competencias profesionales, y poner a disposición de las personas un servicio de orientación y acompañamiento profesional que permita el diseño de itinerarios formativos individuales y colectivos y cumplirá conforme a un modelo de formación profesional, de reconocimiento y acreditación de competencias y de orientación profesional basado en itinerarios formativos facilitadores de la progresión en la formación y estructurado en una doble escala en cinco grados ascendentes (A, B, C, D y E) descriptivos de las ofertas formativas organizadas en unidades diseñadas según el Catálogo Nacional de Estándares de Competencia profesionales y en tres niveles de competencia profesional (1, 2 y 3), de acuerdo con lo

dispuesto en el Catálogo Nacional de Estándares de Competencia profesionales, según los criterios establecidos de conocimientos, iniciativa, autonomía y complejidad de las tareas, en cada una de las ofertas de formación profesional.

Asimismo, esta misma ley indica en su artículo 28 como Grado E de la oferta del Sistema de Formación Profesional a los cursos de especialización, estableciendo en el artículo 51.1 que los cursos de especialización tienen como objeto complementar y profundizar en las competencias de quienes ya disponen de un título de formación profesional o cumplan las condiciones de acceso que para cada uno de los cursos se determinen. En su artículo 52.1 establece una duración básica de entre 300 y 900, y en su caso podrán desarrollarse con carácter dual.

Además, en el artículo 54.2 se determina que quienes superen un curso de especialización de Formación Profesional de grado superior obtendrán el título de Máster de Formación Profesional.

El Real Decreto 659/2023 de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, regula en su artículo 116 los aspectos básicos del currículo de los cursos de especialización de formación profesional e indica el contenido que deberán tener las disposiciones estatales que lo establezcan, siendo estas la identificación, el perfil profesional, el diseño curricular básico, el entorno profesional y los parámetros básicos de contexto formativo.

En cada curso de especialización se deben especificar los títulos de formación profesional que dan acceso al mismo.

Las administraciones educativas podrán incorporar especificaciones puntuales según lo establecido en el artículo 7.5 del citado real decreto, relativo a los Grados D y E, atendiendo a la realidad socioeconómica del territorio y a las necesidades de su tejido empresarial.

Asimismo, en su artículo 28 indica que los Grados C, D y E podrán tener oferta modular, a partir de un módulo profesional, para su adaptación a las necesidades y circunstancias personales y laborales, así como al ritmo personal de aprendizaje.

Además, según lo dispuesto en el artículo 119.b) del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, se podrá incorporar en el currículo básico, cuando se considere necesario, un periodo de formación en empresa u organismo equiparado.

El artículo 130.6 establece el reconocimiento entre el Sistema de Formación Profesional y sistema universitario, cuando se alegue, además de la titulación de Técnico Superior de Formación Profesional, la titulación de un Máster de Formación Profesional con relación directa con aquel.

Así, este real decreto, conforme a lo previsto en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, establece y regula, en los aspectos y elementos básicos antes indicados, el curso de especialización de formación profesional de grado superior en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas.

En relación con el contenido de carácter básico de este real decreto, se ha recurrido a una norma reglamentaria para establecer bases estatales conforme con el Tribunal Constitucional, que admite «excepcionalmente», que las bases puedan establecerse mediante normas reglamentarias en determinados supuestos como ocurre en el presente caso, cuando «resulta complemento indispensable para asegurar el mínimo común denominador establecido en las normas legales básicas» (así, entre otras, en las SSTC 25/1983, de 7 de abril, 32/1983, de 28 de abril, 48/1988, de 22 de marzo, y 49/1988, de 22 de marzo).

Asimismo, cabe mencionar que este real decreto se ajusta a los principios de buena regulación contenidos en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia, en tanto que persigue el interés general al facilitar la adecuación de la oferta formativa a las demandas de los sectores productivos, ampliar la oferta de formación profesional, avanzar en la integración de la formación profesional en el conjunto del sistema educativo y reforzar la cooperación entre las administraciones educativas, así como con

los agentes sociales y las empresas privadas; no existiendo ninguna alternativa regulatoria menos restrictiva de derechos, resulta coherente con el ordenamiento jurídico y permite una gestión más eficiente de los recursos públicos. Del mismo modo, durante el procedimiento de elaboración de la norma se ha permitido la participación activa de los potenciales destinatarios a través del trámite de audiencia e información pública y quedan justificados los objetivos que persigue la ley.

En la tramitación de este real decreto se han cumplido los trámites establecidos en la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, y en la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

Este real decreto se dicta al amparo de las competencias que atribuye al Estado el artículo 149.1.30.<sup>a</sup> de la Constitución Española, para la regulación de las condiciones de obtención, expedición y homologación de los títulos académicos y profesionales y normas básicas para el desarrollo del artículo 27 de la Constitución Española, a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de los poderes públicos en esta materia.

Este real decreto se enmarca en el Componente 20 (Plan Estratégico de Impulso de la Formación), como parte de la Reforma 01: Plan de Modernización de la Formación Profesional. Proyecto 01. Renovación del Catálogo de Títulos en Sectores Estratégicos, perteneciente al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR). El presente Real Decreto contribuye a dar cumplimiento al hito auxiliar de definición C20.R1 establecido en 42 nuevas titulaciones, en el Q4 de 2024 así como el número de titulaciones establecido en el texto del componente 20 del PRTR, que asciende a 60 nuevas titulaciones.

En el proceso de elaboración de este real decreto han sido consultadas las comunidades autónomas, ha emitido dictamen el Consejo Escolar del Estado y han informado el Consejo General de la Formación Profesional y el Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática.

En su virtud, a propuesta de la Ministra de Educación, Formación Profesional y Deportes, y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 6 de febrero de 2024,

DISPONGO:

## CAPÍTULO I

### Disposiciones generales

#### Artículo 1. *Objeto.*

Este real decreto tiene por objeto el establecimiento del Curso de especialización de Formación Profesional de Grado Superior en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas, así como de los aspectos básicos de su currículo. Dicho curso de especialización tiene carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

## CAPÍTULO II

### Identificación del curso de especialización, perfil profesional y entorno profesional del curso de especialización en el sector o sectores

#### Artículo 2. *Identificación.*

El Curso de especialización en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas queda identificado para todo el territorio nacional por los siguientes elementos:

Denominación: Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.

Duración: 410 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing (Únicamente a efectos de clasificación de las enseñanzas de formación profesional).

Ramas de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Equivalencia en créditos ECTS: 25.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: P-5.5.4.

Referencia del Marco Español de Cualificaciones para el aprendizaje permanente: 5 C.

### Artículo 3. *Perfil profesional del curso de especialización.*

El perfil profesional del Curso de especialización de Formación Profesional de Grado Superior en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas queda determinado por su competencia general y sus competencias profesionales y para la empleabilidad.

### Artículo 4. *Competencia general.*

La competencia general de este curso de especialización consiste en planificar, ejecutar y optimizar una estrategia de contenidos digitales para posicionar marcas, atraer clientes y aumentar ingresos, utilizando métodos, técnicas y herramientas de redacción publicitaria, todo ello conforme a las guías de estilo corporativas y a la normativa vigente.

### Artículo 5. *Competencias profesionales y para la empleabilidad.*

Las competencias profesionales y para la empleabilidad de este curso de especialización son las que se relacionan a continuación:

a) Planificar y organizar una estrategia de contenidos digitales, a partir de parámetros y necesidades de comunicación corporativa previamente identificados, para generar piezas de contenido que proyecten la imagen de marca deseada y fomenten las conductas deseadas en las audiencias objetivo.

b) Planificar la selección, publicación y difusión de contenidos digitales, generando un calendario de contenidos editorial adecuado a cada tipo de público en cada fase del proceso de compra.

c) Supervisar el cumplimiento del calendario editorial establecido, coordinando las demandas de contenidos digitales con los proveedores internos y externos encargados de su creación.

d) Controlar que los contenidos digitales logren los objetivos estratégicos de marca, marketing y/o ventas, activando los mecanismos correctores en caso de detectar desviaciones de los resultados.

e) Planificar y organizar una estrategia de comunicación en redes sociales, a partir de parámetros y necesidades de comunicación corporativa previamente identificados, para generar un plan de comunicación en redes sociales que proyecte la imagen de marca deseada y fomente la interacción con las audiencias objetivo.

f) Proyectar la imagen de marca deseada, presupuestando las acciones sobre los perfiles, las publicaciones y las interacciones con las audiencias objetivo para su ejecución según lo estipulado en el plan de comunicación en redes sociales.

g) Controlar que las acciones de comunicación en redes sociales logren los objetivos estratégicos de posicionamiento de marca, segmentación de audiencias objetivo, dinamización de acciones y gestión de comunidades online, activando los mecanismos correctores en caso de detectar desviaciones de los resultados.

h) Realizar investigaciones de las personas destinatarias y su contexto antes de la redacción publicitaria de contenidos digitales dirigidos a ellas, empleando metodologías ágiles, para determinar mensajes coherentes y efectivos.

i) Determinar los factores del mensaje que debe transmitir un contenido digital para que sea coherente con la realidad de las personas destinatarias y efectivo con los objetivos de la organización, aplicando los principios de la redacción publicitaria.

j) Controlar que los textos de los contenidos digitales logren los objetivos estratégicos de marca, marketing y/o ventas utilizando herramientas de analítica específicas, activando los mecanismos correctores en caso de detectar desviaciones de los resultados.

k) Controlar que los textos de contenidos digitales optimizados mejoran su visibilidad, posicionamiento orgánico, atracción, interés y/o conversión, utilizando herramientas de analítica específicas.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral.

m) Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, efectuándolas de forma individual o como miembro de un equipo de trabajo.

n) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en su ámbito de trabajo.

ñ) Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.

o) Actuar con espíritu emprendedor e iniciativa personal en la elección o aplicación de los procedimientos de su actividad profesional.

p) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

#### Artículo 6. *Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el curso de especialización.*

Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Dinamización de redes sociales y estrategia de contenidos digitales COM707\_3, establecida por el Real Decreto 297/2021, de 27 de abril que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC2380\_3: Gestionar una estrategia de contenido digital.

UC2381\_3: Gestionar la estrategia de comunicación basada en redes sociales.

UC2382\_3: Redactar contenidos de los canales digitales.

b) Gestión de la estrategia de marketing digital COM708\_3, establecida por el Real Decreto 297/2021, de 27 de abril, que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC2381\_3: Gestionar la estrategia de comunicación basada en redes sociales.

#### Artículo 7. *Entorno profesional.*

1. Las personas que hayan obtenido el Título de Máster de Formación Profesional o certificación académica de asistencia con aprovechamiento que acredita la superación de este curso de especialización pueden ejercer su actividad en todos los sectores económicos que desarrollen actividades de marketing, comunicación y venta online, tanto comercial como industrial, así como en todos los eslabones de la cadena de suministro.

Desarrollan su actividad profesional dentro del área/departamento de marketing, publicidad, desarrollo de talento y negocio, transformación digital y comunicación, en las áreas de negocio y/o marca digital, dedicado a actividades de gestión de la estrategia de marketing digital, en entidades de naturaleza pública o privada, en empresas de gran tamaño, medianas y pequeñas empresas, microempresas o *startup*, tanto por cuenta propia como ajena, con independencia de su forma jurídica.

Desarrollan su actividad dependiendo en su caso, funcional y/o jerárquicamente de un superior. Pueden tener personal a su cargo en ocasiones, por temporadas o de forma estable. En el desarrollo de la actividad profesional se aplican los principios de accesibilidad universal o diseño para todas las personas de acuerdo con la normativa aplicable.

2. Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:
  - a) Directores de marketing digital (*Digital Strategist*).
  - b) Directores de Marketing de crecimiento (*Growth Marketing Director*).
  - c) Directores de comercio electrónico (*e-Commerce Manager*).
  - d) Especialistas en captación y fidelización de clientes (*Inbound Marketing Specialist*).
  - e) Gestores de contenidos (*Content Manager*).
  - f) Redactores de textos publicitarios (*Copywriter*).
  - g) Gestores de redes sociales y comunidades digitales (*Community Manager*).

### CAPÍTULO III

#### Enseñanzas del curso de especialización y parámetros básicos de contexto formativo

##### Artículo 8. Módulos profesionales.

1. Los módulos profesionales de este curso de especialización quedan desarrollados en el anexo I, cumpliendo lo previsto en el artículo 12 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se establece la ordenación general del Sistema de Formación Profesional. Dichos módulos son los que a continuación se relacionan:

- 5123. Estrategia de contenidos digitales.
- 5114. Comunicación en redes sociales.
- 5124. Redacción de contenidos digitales.

2. Las administraciones educativas podrán implantar de manera íntegra el curso de especialización objeto de este real decreto en cuanto a diseño curricular y duración. En caso de optar por complementar el currículo básico en el marco de sus competencias se regirán por lo dispuesto en los artículos 6.3, 6.4 y 6.5 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

##### Artículo 9. Espacios y equipamientos.

1. Los espacios necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este curso de especialización son los establecidos en el anexo II.

2. Los espacios dispondrán de la superficie necesaria y suficiente para desarrollar las actividades de enseñanza que se deriven de los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos profesionales que se imparten en cada uno de los espacios. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a) La superficie se establecerá en función del número de personas que ocupen el espacio formativo y deberá permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza aprendizaje con la ergonomía y la movilidad requeridas dentro del mismo.
- b) Deberán cubrir la necesidad espacial de mobiliario, equipamiento e instrumentos auxiliares de trabajo.
- c) Deberán respetar los espacios o superficies de seguridad que exijan las máquinas y equipos en funcionamiento.
- d) Respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los espacios formativos establecidos podrán ser ocupados por diferentes grupos que cursen el mismo u otros cursos de especialización, o etapas educativas.

4. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

5. Los equipamientos que se incluyen en cada espacio han de ser los necesarios y suficientes para garantizar al alumnado la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) El equipamiento (equipos, máquinas, entre otros) dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá con la normativa de seguridad y de prevención de riesgos laborales y con cuantas otras sean de aplicación.

b) La cantidad y características del equipamiento deberán estar en función del número de personas matriculadas y permitir la adquisición de los resultados de aprendizaje, teniendo en cuenta los criterios de evaluación y los contenidos que se incluyen en cada uno de los módulos profesionales que se impartan en los referidos espacios.

6. Las administraciones competentes velarán para que los espacios y el equipamiento sean los adecuados en cantidad y características para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje que se derivan de los resultados de aprendizaje de los módulos correspondientes y garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

#### Artículo 10. *Profesorado.*

1. La docencia de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este curso de especialización corresponde al profesorado de las especialidades establecidas en el anexo III pertenecientes a los cuerpos indicados en dicho anexo, sin perjuicio de lo establecido en la disposición transitoria sexta del Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, aprobado por el Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero.

2. Las condiciones de acceso a los cuerpos a que se refiere el apartado anterior serán las recogidas en el Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero.

3. Para la impartición de módulos profesionales en centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de las educativas, las titulaciones requeridas y los requisitos necesarios para el profesorado serán los mismos que los exigidos para el acceso a las especialidades de los cuerpos docentes a que se refiere el apartado anterior, según la atribución docente que se establece para cada módulo en el anexo III. En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los resultados de aprendizaje de los módulos profesionales y, si dichos elementos citados no estuvieran incluidos, además de la titulación, deberá acreditarse, mediante certificación, una experiencia laboral de, al menos, tres años en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

4. En caso de contar con otros perfiles colaboradores, estos deberán cumplir los requisitos indicados en el capítulo IV del título V del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

### CAPÍTULO IV

#### **Acceso, exenciones, vinculación a otros estudios y titulación**

#### Artículo 11. *Requisitos de acceso al curso de especialización.*

Para acceder al Curso de especialización en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas es necesario estar en posesión de alguno de los siguientes títulos, sin perjuicio de lo indicado en el artículo 121.2 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio:

a) Técnico Superior en Vitivinicultura, establecido en el Real Decreto 1688/2007, de 14 de diciembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Vitivinicultura y se fijan sus enseñanzas mínimas.

b) Técnico Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos, establecido por el Real Decreto 1686/2007, de 14 de diciembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos y se fijan sus enseñanzas mínimas.

c) Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos, establecido por el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos y se fijan sus enseñanzas mínimas.

d) Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas, establecido por el Real Decreto 1255/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas y se fijan sus enseñanzas mínimas.

e) Técnico Superior en Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria, establecido en el Real Decreto 451/2010, de 16 de abril, por el que se establece el título de Técnico Superior en Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria y se fijan sus enseñanzas mínimas.

f) Técnico Superior en Asistencia a la Dirección, establecido en el Real Decreto 1582/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asistencia a la Dirección y se fijan sus enseñanzas mínimas.

g) Técnico Superior en Administración y Finanzas, establecido por el Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas.

h) Técnico Superior en Marketing y Publicidad, establecido por el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.

i) Técnico Superior en Transporte y Logística, establecido en el Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas.

j) Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, establecido por el Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

k) Técnico Superior en Comercio Internacional, establecido por el Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas.

l) Técnico Superior en Estilismo y Dirección de Peluquería, establecido en el Real Decreto 1577/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Estilismo y Dirección de Peluquería y se fijan sus enseñanzas mínimas.

m) Técnico Superior en Producción de Audiovisuales y Espectáculos, establecido en el Real Decreto 1681/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Producción de audiovisuales y espectáculos y se fijan sus enseñanzas mínimas.

n) Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa, establecido en el Real Decreto 1685/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

ñ) Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia, establecido en el Real Decreto 174/2013, de 8 de marzo, por el que se establece el título de Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia y se fijan sus enseñanzas mínimas, actualizado por el Real Decreto 404/2023, de 29 de mayo, por el que se actualizan los títulos de la formación profesional del sistema educativo de Técnico en Preimpresión Digital, Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia y Técnico Superior en Diseño y Gestión de la Producción Gráfica, de la familia profesional Artes Gráficas, y se fijan sus enseñanzas mínimas.

o) Técnico Superior en Diseño y Gestión de Producción Gráfica, establecido en el Real Decreto 175/2013, de 8 de marzo, por el que se establece el título de Técnico Superior en Diseño y Gestión de la Producción Gráfica y se fijan sus enseñanzas mínimas, actualizado por el Real Decreto 404/2023, de 29 de mayo, por el que se actualizan los títulos de la formación profesional del sistema educativo de Técnico en Preimpresión Digital, Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia y Técnico Superior en Diseño y Gestión de la Producción Gráfica, de la familia profesional Artes Gráficas, y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Artículo 12. *Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención.*

1. La correspondencia de las unidades de competencia, con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del Curso de especialización en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas, para su convalidación o exención, queda determinada en el anexo IV A).

2. La correspondencia de los módulos profesionales que forman las enseñanzas del Curso de especialización en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas, con las unidades de competencia, para su acreditación, queda determinada en el anexo IV B).

Artículo 13. *Vinculación a otros estudios.*

A efectos de facilitar el régimen de convalidaciones, en este real decreto se han asignado 25 créditos ECTS entre todos los módulos profesionales de este curso de especialización.

Artículo 14. *Titulación.*

1. Las personas que accedan al curso de especialización de formación profesional de grado superior según lo requerido en el artículo 121.1, 121.2.a) y 121.2.b) del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, y que superen la totalidad de los módulos profesionales que lo componen, obtendrán el Título de Máster de Formación Profesional en Redacción de contenidos digitales para marketing y ventas.

2. Las personas que accedan al curso de especialización de formación profesional de grado superior según lo requerido en el artículo 121.2.c) del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, y que superen la totalidad de los módulos profesionales que lo componen, obtendrán una certificación académica de asistencia con aprovechamiento en sustitución del título de Máster de Formación Profesional, que solo podrá otorgarse a quienes cuenten con un título de Técnico Superior de formación profesional.

Disposición adicional primera. *Regulación del ejercicio de la profesión.*

El curso de especialización establecido en este real decreto no constituye una regulación del ejercicio de profesión regulada alguna.

Disposición adicional segunda. *Formación presencial, semipresencial y virtual.*

La oferta formativa de este curso de especialización podrá ofertarse en modalidad presencial, semipresencial y virtual, siempre que se garantice que el alumnado pueda conseguir los resultados de aprendizaje de estos, de acuerdo con lo dispuesto en este real decreto conforme a los principios de diseño para todos y accesibilidad universal. Para ello, las administraciones competentes adoptarán las medidas necesarias y dictarán las instrucciones precisas en los términos establecidos en la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, y en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

Disposición adicional tercera. *Accesibilidad universal en las enseñanzas de este curso de especialización.*

1. Las administraciones competentes incluirán en el currículo de este curso de especialización los elementos necesarios para garantizar que las personas que lo cursen desarrollen las competencias incluidas en el currículo en «diseño para todas las personas».

2. Asimismo, dichas administraciones adoptarán las medidas necesarias para que este alumnado pueda acceder y cursar dicho curso de especialización en las condiciones establecidas en el artículo 16 y en la disposición final segunda del Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre.

Disposición final primera. *Título competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo de las competencias que atribuye al Estado el artículo 149.1.30.<sup>a</sup> de la Constitución Española, para la regulación de las condiciones de obtención, expedición y homologación de los títulos académicos y profesionales y normas básicas para el desarrollo del artículo 27 de la Constitución Española, a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de los poderes públicos en esta materia.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

Este real decreto entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 6 de febrero de 2024.

FELIPE R.

La Ministra de Educación, Formación Profesional y Deportes,  
MARÍA DEL PILAR ALEGRÍA CONTINENTE

## ANEXO I

## Módulos Profesionales

Código Módulo	Módulo profesional	Horas	ECTS
5123	Estrategia de contenidos digitales.	65	8
5114	Comunicación en redes sociales.	60	7
5124	Redacción de contenidos digitales.	80	10
Total:		205	25

**Módulo Profesional: Estrategia de contenidos digitales.****Equivalencia en créditos ECTS: 8.****Duración: 65 horas.****Código: 5123.****Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

1. Elabora una estrategia de contenido digital alineada con los objetivos de negocio y de marca, coordinándose con las áreas organizativas implicadas.

Criterios de evaluación:

- Se han definido objetivos de la estrategia de contenido digital, alineándolos con los objetivos de marketing digital de la organización.
- Se han establecido indicadores clave de rendimiento de los contenidos digitales de la estrategia de contenido digital.
- Se ha descrito público diana de contenidos digitales, determinando su perfil sociodemográfico y motivacional, asignándole un nombre ficticio que le identifique.
- Se han identificado temas e intereses del público diana con respecto a los contenidos que consume, analizando los términos de búsqueda y palabras clave utilizados en su búsqueda orgánica.
- Se han identificado herramientas de difusión de contenido, ejemplificando utilidades de las mismas.
- Se ha programado la difusión de contenidos a través de medios propios o pagados, online u offline.

2. Determina contenidos digitales adecuados a cada público y fase del proceso de compra, planificando su publicación, difusión y analizando su efectividad.

Criterios de evaluación:

- Se ha seleccionado el tipo de contenido en función de la usabilidad del mismo y de los objetivos de la estrategia.
- Se ha establecido el formato de difusión del contenido en función del público objetivo al que va dirigido y del momento del proceso de compra en que se encuentre.
- Se ha establecido la estrategia de difusión de contenidos en el calendario editorial, eligiendo las franjas horarias, frecuencia, canales, plataformas u otros elementos que optimicen los objetivos.
- Se han analizado los indicadores clave de rendimiento de contenidos, cuantificando el impacto de la estrategia.
- Se han adecuado los contenidos a las conclusiones del análisis de indicadores clave de rendimiento establecidos, corrigiendo desviaciones con respecto a la efectividad objetivo.

f) Se ha presentado los resultados del análisis, la cuantificación del impacto y las acciones correctoras sobre los contenidos con datos actualizados mediante gráficos que faciliten la comprensión de la información.

3. Gestiona el calendario editorial, supervisando los tiempos y formas de publicación, coordinándose con las áreas organizativas implicadas.

Criterios de evaluación:

a) Se ha reconocido el formato y contenido básico de un calendario editorial de contenidos digitales.

b) Se ha cumplimentado el calendario editorial, indicando dónde y cuándo publicar y quién va a redactar las piezas de contenido, así como incorporando todas las variables de cada acción.

c) Se ha supervisado el calendario editorial de forma periódica, controlando todas las variables asociadas a cada publicación.

d) Se ha compartido el calendario editorial con las áreas organizativas implicadas.

e) Se ha coordinado las demandas de contenido a los proveedores internos o externos, realizando un seguimiento de los plazos de entrega y revisando posteriormente el cumplimiento de éstos en el calendario editorial.

4. Coordina la generación de contenidos digitales con sus proveedores internos o externos, respetando el calendario editorial.

Criterios de evaluación:

a) Se han trasladado a los proveedores de contenido los requerimientos de cada pieza, realizando un seguimiento de los plazos de entrega y supervisando posteriormente el material definitivo.

b) Se ha adecuado el estilo de la publicación al público objetivo y canal de comunicación empleado en cada caso, adaptando el lenguaje, formatos y distribución.

c) Se han revisado los contenidos antes de su publicación, detectando y subsanando los posibles errores según establezca la guía de estilo de contenido.

d) Se han optimizado los contenidos antes de su publicación, haciéndolos más atractivos para los usuarios, más visibles y mejor posicionables en los motores de búsqueda.

e) Se ha comprobado que los contenidos incorporen mecanismos de medición de su rendimiento antes de su publicación.

f) Se han almacenado los contenidos en los repositorios de la organización en función del formato de cada uno, conservando las creatividades y sus editables.

g) Se ha supervisado periódicamente que la generación de contenidos se ejecuta en los tiempos y plazos de publicación establecidos, verificando cada pieza de acuerdo a sus requerimientos.

5. Monitoriza los indicadores clave de rendimiento de los contenidos digitales publicados con herramientas de analítica, identificando la tendencia de su consumo.

Criterios de evaluación:

a) Se han obtenido los datos para la monitorización directamente a través de la interfaz de cada canal o bien extraídos utilizando herramientas específicas para ello.

b) Se han monitorizado los KPI de contenido digital de forma periódica, usando todo tipo de herramientas de analítica.

c) Se han comparado los datos de analítica digital de contenidos de la organización con los de la competencia, detectando oportunidades de mejora.

d) Se han interpretado los datos analizados, identificando tendencias, patrones y/o predicciones del comportamiento de consumo de los contenidos digitales.

e) Se han aplicado las conclusiones derivadas de los datos analizados sobre los contenidos digitales, optimizando y retroalimentando las actuaciones realizadas sobre ellos.

**Módulo Profesional: Comunicación en redes sociales.**

**Equivalencia en créditos ECTS: 7.**

**Duración: 60 horas.**

**Código: 5114.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

1. Elabora una estrategia de comunicación en redes sociales basada en acciones de posicionamiento, segmentación y dinamización, coordinándose con las áreas organizativas implicadas, utilizando herramientas específicas.

Criterios de evaluación:

a) Se ha evaluado el entorno de redes sociales a partir de información tecnológica, política, económica, social u otras de interés para la organización.

b) Se ha identificado el grado de madurez digital de la organización, analizando la presencia en redes sociales y el compromiso interno con su gestión.

c) Se ha definido la estrategia de comunicación en redes sociales, estableciendo el posicionamiento corporativo deseado, la segmentación del público objetivo y las acciones de dinamización más adecuadas a cada red social.

d) Se han elaborado los documentos corporativos específicos de redes sociales: plan de comunicación, mapa de contenido y calendario editorial.

e) Se han identificado gestores de publicación y herramientas de administración de redes sociales del mercado que permitan determinar la franja horaria de publicación, la temporalidad de cada tema de difusión y la curación de contenidos, entre otras funcionalidades, seleccionando el más adecuado a la estrategia de comunicación en redes sociales.

2. Crea y actualiza perfiles corporativos en las distintas redes sociales, adecuándolos al público objetivo de las publicaciones.

Criterios de evaluación:

a) Se han creado los perfiles corporativos en redes sociales en línea con la imagen de marca que se desea proyectar, según lo establecido en la estrategia de comunicación en redes sociales.

b) Se han actualizado los datos de contacto, horarios, teléfonos y enlaces a otros canales y/o acciones en la biografía de los perfiles corporativos en redes sociales.

c) Se ha verificado el acceso a los perfiles corporativos en redes sociales, identificando su correcta ejecución a través de las publicaciones que incorporen un enlace hacia ellos.

d) Se han actualizado los perfiles corporativos en redes sociales para incorporar eventos que precisen ser comunicados al público objetivo de la organización, según lo establecido en el calendario editorial de redes sociales.

e) Se ha verificado el rendimiento de los perfiles de redes sociales donde hay presencia de marca, utilizando herramientas específicas.

3. Desarrolla acciones de posicionamiento, segmentación y dinamización en redes sociales, utilizando herramientas de analítica digital específicas, aplicando la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido los documentos utilizados en la planificación de estrategias de redes sociales, justificando su usabilidad.

b) Se han identificado los actores que colaboran en el desempeño de una estrategia corporativa de redes sociales, justificando su intervención.

c) Se ha coordinado la estrategia de redes sociales con las áreas implicadas, siendo ejecutada por los departamentos implicados de la organización en la creación de los contenidos y por los proveedores externos, en su caso.

d) Se ha gestionado el calendario de publicaciones, incorporando el contenido de puesta en marcha de las diferentes campañas, en los plazos definidos y estableciendo un tiempo de margen que ayude a la detección y subsanación de los posibles errores.

e) Se han utilizado las aplicaciones de los gestores de publicación o herramientas de administración de redes sociales.

f) Se ha aplicado la normativa de protección de datos personales durante todo el proceso.

4. Publica y difunde piezas de contenido digital para distintos canales, considerando la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal.

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido las fases de una estrategia de contenidos, ejemplificando cada una.

b) Se ha ejecutado la curación de contenidos, seleccionando la información relevante de las diferentes fuentes, organizándola e incorporando un valor añadido.

c) Se han revisado los distintos formatos de publicación en redes sociales, valorando la idoneidad, características y peculiaridades de cada una de ellos.

d) Se ha revisado el contenido previo a la publicación, detectando y subsanando los posibles errores, haciéndolo más atractivo a los usuarios, velando por la uniformidad de la imagen de marca en cada una de las publicaciones realizadas.

e) Se han publicado los contenidos utilizando herramientas de gestión y dinamización específicas, teniendo en cuenta las características y peculiaridades de cada uno de los canales de difusión.

f) Se han difundido las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada red social, teniendo en cuenta los horarios y ubicación del público objetivo, a partir de las conclusiones extraídas de la monitorización continua de las acciones realizadas.

g) Se ha aplicado la normativa de protección de datos personales durante todo el proceso.

5. Monitoriza indicadores clave de rendimiento en redes sociales, haciendo un seguimiento y optimización eficaz de las acciones desarrolladas, identificando tendencias y oportunidades de mejora.

Criterios de evaluación:

a) Se han monitorizado las redes sociales y los canales digitales de forma permanente y activa, con herramientas que se adecúen a las necesidades de la organización, detectando los contenidos inadecuados o bien los que cumplen los requisitos establecidos.

b) Se han obtenido los datos para la monitorización de los indicadores clave (KPI) directamente a través de la interfaz de cada red social, canal o utilizando herramientas específicas para ello.

c) Se han analizado los datos extraídos de la monitorización a partir de su cruce con otras informaciones, comprobando las tendencias, los resultados, su repercusión u otros factores, permitiendo su comparación con la competencia, en función de los objetivos de cada acción, según los perfiles definidos, o los datos históricos que identifiquen la tendencia de los indicadores clave (KPI).

d) Se han monitorizado los indicadores clave (KPI) definidos por palabras clave, opiniones, usuarios y otros, de forma periódica (diario, semanal u otras), usando herramientas de analítica web, ya sean específicas para una red social o genéricas,

permitiendo comparar los datos con los de los competidores, realizar búsquedas de dominios, entre otras utilidades.

e) Se han aplicado las conclusiones derivadas de los datos analizados sobre el contenido de redes sociales y los canales digitales, optimizando y retroalimentado las acciones realizadas.

6. Gestiona y modera las conversaciones de usuarios en redes sociales, respondiendo incidencias y/o fomentando la participación dentro de la comunidad virtual, considerando la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal.

Criterios de evaluación:

a) Se ha incentivado la participación e interacción de los usuarios con la combinación de técnicas de marketing y publicidad no intrusivas, seleccionando y compartiendo contenido de interés para la comunidad.

b) Se han revisado los comentarios e interacciones de los usuarios de los diferentes canales, moderándolos según lo establecido en el plan de comunicación en redes sociales de la organización.

c) Se han detectado las incidencias a través de los resultados obtenidos de la monitorización de redes sociales y canales digitales.

d) Se ha escalado la incidencia comunicada por el usuario, en su caso, a los departamentos y/o personal implicado, informando del contenido de la misma según los medios que establezca la organización.

e) Se han adecuado las respuestas a las preguntas, sugerencias y/o comentarios de los usuarios en redes sociales al plan de comunicación de la organización, según la tipología de la red o canal donde se haya producido la interacción.

**Módulo Profesional: Redacción de contenidos digitales.**

**Equivalencia en créditos ECTS: 10.**

**Duración: 80 horas.**

**Código: 5124.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

1. Desarrolla discursos coherentes con las necesidades de las personas destinatarias de los contenidos digitales, aplicando métodos, técnicas y herramientas propias del Pensamiento de Diseño (*Design Thinking*).

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido los fundamentos del Pensamiento de Diseño (*Design Thinking*), relacionándolos con el proceso creativo de la redacción publicitaria.

b) Se ha identificado al receptor arquetípico del contenido digital a partir de una descripción de sus intereses, preferencias y motivaciones.

c) Se ha descrito y contextualizado el problema del receptor del contenido digital que el producto/servicio ofertado pretende resolver.

d) Se han identificado las frases exactas y el tono que emplea el receptor del contenido digital para referirse al problema.

e) Se ha comprendido la importancia del problema para el receptor del contenido digital.

f) Se han reconocido los frenos que el receptor del contenido digital puede tener a lo largo del proceso de compra.

g) Se han identificado los factores que influyen en la intención de compra del receptor del contenido digital.

2. Elabora una estrategia de redacción publicitaria o *copywriting* de contenidos digitales, determinar el mensaje que deben comunicar los textos, respetando el calendario editorial.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el problema cuya solución será presentada al receptor mediante el contenido digital.
- b) Se han reconocido las características específicas del tipo y formato de contenido digital, relacionándolas con la fase del proceso de compra en que se encuentra el receptor.
- c) Se ha determinado la propuesta de valor del producto/servicio/marca a comunicar en el contenido digital.
- d) Se ha determinado la promesa o garantía que respalda la oferta presentada por el contenido digital.
- e) Se ha tenido en cuenta el calendario editorial para priorizar los textos de los contenidos digitales que se publicarán antes.

3. Ejecuta una estrategia de redacción publicitaria o *copywriting* de contenidos digitales para dar forma al mensaje de los textos, conectar y convencer al receptor, respetando las guías de estilo corporativas y la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido los métodos y técnicas de redacción publicitaria aplicables a textos digitales.
- b) Se ha esbozado la estructura discursiva de las distintas piezas de contenido digital, relacionándola con el modelo de persuasión subyacente.
- c) Se han identificado las creencias irracionales que influyen en el comportamiento de compra de los receptores del mensaje.
- d) Se ha enunciado la idea motriz del mensaje y desarrollado el argumentario que la justifica, incorporando pruebas que aporten credibilidad.
- e) Se ha imprimido voz, tono y personalidad al mensaje.
- f) Se han redactado borradores del contenido de las distintas piezas digitales, aplicando todo tipo de métodos y técnicas de redacción publicitaria.
- g) Se han revisado los textos digitales, comprobando su adecuación a las guías de estilo corporativas.
- h) Se han revisado los textos digitales, comprobando su ajuste a la normativa vigente.

4. Analiza el rendimiento de los textos de contenidos digitales en cuanto a visibilidad, posicionamiento orgánico, atracción, interés y/o conversión, utilizando herramientas de analítica digital específicas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han monitorizado los contenidos digitales con herramientas de analítica digital, detectando aquellos que sean inadecuados o incumplan los requisitos de formato, contenido y/o imagen de marca de la organización.
- b) Se ha monitorizado la visibilidad de los contenidos digitales en buscadores, analizando evolución, progresión y comparativa con periodos anteriores.
- c) Se ha monitorizado el posicionamiento orgánico en buscadores de los contenidos digitales, analizando evolución, progresión y comparativa con periodos anteriores.
- d) Se ha monitorizado la captación de tráfico al sitio web/blog corporativo gracias a los contenidos digitales, analizando evolución, progresión y comparativa con periodos anteriores.

e) Se ha monitorizado la captación de clientes potenciales en el sitio web/blog corporativo gracias a los contenidos digitales, analizando evolución, progresión y comparativa con periodos anteriores.

5. Optimiza textos de contenidos digitales para mejorar su visibilidad, posicionamiento orgánico, atracción, interés y/o conversión, utilizando herramientas de analítica digital específicas.

Criterios de evaluación:

a) Se han optimizado los textos persuasivos de contenidos digitales para mejorar su visibilidad en buscadores, utilizando herramientas de analítica digital específicas.

b) Se han optimizado los textos persuasivos de contenidos digitales para mejorar su posicionamiento orgánico en buscadores, utilizando herramientas de analítica digital específicas.

c) Se han optimizado los textos persuasivos de contenidos digitales para mejorar la atracción de potenciales lectores, utilizando herramientas de analítica digital específicas.

d) Se han optimizado los textos persuasivos de contenidos digitales para despertar el interés de potenciales clientes, utilizando herramientas de analítica digital específicas.

e) Se han optimizado los textos persuasivos de contenidos digitales para mejorar la conversión, utilizando herramientas de analítica digital específicas.

## ANEXO II

### Espacios y equipamientos mínimos

#### Espacios:

Espacio formativo	Superficie m <sup>2</sup>	
	30 alumnos	20 alumnos
Aula polivalente.	60	40

#### Equipamientos:

Espacio formativo	Equipamiento
Aula polivalente.	Ordenadores instalados en red. Conexión a Internet. Medios audiovisuales. Sistemas de reprografía. Programas informáticos específicos del curso de especialización. Almacenamiento de archivos en la nube. Aplicaciones de ofimática de escritorio/en la nube.

## ANEXO III

**Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del curso de especialización en Redacción de Contenidos digitales para marketing y ventas**

Módulo profesional	Especialidad del profesorado	Cuerpo
5123. Estrategia de contenidos digitales.	– Organización y Gestión Comercial	– Catedráticos de Enseñanza Secundaria. – Profesores de Enseñanza Secundaria.
5114. Comunicación en redes sociales.	– Procesos Comerciales	– Catedráticos de Enseñanza Secundaria. – Profesores de Enseñanza Secundaria. – Cuerpo a extinguir de Profesores Técnicos de Formación Profesional.
5124. Redacción de contenidos digitales.	– Procesos Comerciales	– Catedráticos de Enseñanza Secundaria. – Profesores de Enseñanza Secundaria. – Cuerpo a extinguir de Profesores Técnicos de Formación Profesional.

## ANEXO IV A)

**Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas con los módulos profesionales para su convalidación**

Unidades de competencia acreditadas	Módulos profesionales convalidables
UC2380_3: Gestionar una estrategia de contenido digital.	5123. Estrategia de contenidos digitales.
UC2381_3: Gestionar la estrategia de comunicación basada en redes sociales.	5114. Comunicación en redes sociales.
UC2382_3: Redactar contenidos de los canales digitales.	5124. Redacción de contenidos digitales.

## ANEXO IV B)

**Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación**

Módulos profesionales superados	Unidades de competencia acreditables
5123. Estrategia de contenidos digitales.	UC2380_3: Gestionar una estrategia de contenido digital.
5114. Comunicación en redes sociales.	UC2381_3: Gestionar la estrategia de comunicación basada en redes sociales.
5124. Redacción de contenidos digitales.	UC2382_3: Redactar contenidos de los canales digitales.