

TEMARIO TÉCNICO/A MARCA PARCS

TEMARIO PRIMERA PRUEBA

BLOQUE I. MARKETING ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE MARCA

Tema 1. Fundamentos de marketing

- Concepto y evolución del marketing.
- Marketing estratégico y operativo.
- Orientación al mercado y creación de valor.
- Tendencias actuales del marketing.

Tema 2. Marketing mix

- Evolución del marketing mix.
- Las 7 P del marketing: producto, precio, distribución, promoción, personas, procesos y evidencia física.
- Aplicación del marketing mix a servicios y experiencias.

Tema 3. Segmentación y público objetivo

- Investigación de mercados.
- Segmentación de clientes y usuarios.
- Definición de públicos objetivo.
- Buyer Persona y Customer Journey.

Tema 4. Branding y posicionamiento

- Identidad e imagen de marca.
- Propuesta de valor.
- Posicionamiento estratégico.
- Storytelling y narrativa de marca.
- Gestión de marcas territoriales y de destino.

Tema 5. Plan de marketing

- Análisis de situación.
- Objetivos y estrategias.
- Diseño del plan de acción.
- Presupuesto y evaluación de resultados.

BLOQUE II. MARKETING TERRITORIAL Y PROMOCIÓN DE ESPACIOS NATURALES

Tema 6. Marketing territorial

- Concepto y objetivos.
- Marca territorio y marca destino.
- Factores de atracción y competitividad territorial.
- Promoción de recursos naturales, culturales y turísticos.

Tema 7. Turismo sostenible y puesta en valor de los espacios naturales

- Principios de sostenibilidad.
- Ecoturismo y turismo responsable.

- Interpretación y comunicación del patrimonio natural.
- Experiencia del visitante y satisfacción del usuario.

Tema 8. Gestión de públicos y participación

- Identificación de grupos de interés.
- Implicación de residentes, visitantes y agentes económicos.
- Participación ciudadana.
- Programas de embajadores y prescriptores de marca.

BLOQUE III. MARKETING DIGITAL

Tema 9. Ecosistema digital

- Canales propios, ganados y pagados.
- Estrategias omnicanal.
- Marketing de contenidos.
- Inbound marketing.

Tema 10. Marketing de contenidos

- Planificación editorial.
- Contenidos para web, blog y redes sociales.
- Contenidos audiovisuales.
- Storytelling digital.

Tema 11. Email marketing y automatización

- Captación y gestión de suscriptores.
- Segmentación de audiencias.
- Automatización de campañas.
- Indicadores de rendimiento.

BLOQUE IV. POSICIONAMIENTO WEB Y PUBLICIDAD DIGITAL

Tema 12. SEO

- Conceptos básicos de posicionamiento orgánico.
- SEO On Page y SEO Off Page.
- SEO local.
- Herramientas y métricas de posicionamiento.

Tema 13. SEM y publicidad en buscadores

- Concepto y objetivos.
- Planificación y gestión de campañas.
- Google Ads.
- Indicadores de rendimiento y optimización.

Tema 14. Publicidad en redes sociales

- Social Ads.
- Segmentación de audiencias.
- Diseño y optimización de campañas.
- Medición de resultados.

BLOQUE V. REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Tema 15. Redes sociales

- Características y principales plataformas.

- Estrategia de presencia digital.
- Elaboración de calendarios editoriales.
- Gestión de contenidos.

Tema 16. Community Management

- Funciones del Community Manager.
- Creación y dinamización de comunidades.
- Atención a usuarios.
- Gestión de incidencias.

Tema 17. Reputación digital

- Monitorización de marca.
- Escucha activa.
- Gestión de crisis de comunicación.
- Prescripción e influencia digital.

BLOQUE VI. ANALÍTICA DIGITAL Y TOMA DE DECISIONES

Tema 18. Analítica web

- Conceptos fundamentales.
- Google Analytics 4.
- Google Search Console.
- Interpretación de datos.

Tema 19. Indicadores y cuadros de mando

- KPI de marketing y comunicación.
- Métricas de alcance, interacción y conversión.
- Elaboración de informes.
- Cuadros de mando y visualización de datos.

Tema 20. Toma de decisiones basada en datos

- Análisis de resultados.
- Evaluación del retorno de las acciones de marketing.
- Optimización de campañas y recursos.

BLOQUE VII. INNOVACIÓN Y NUEVAS TENDENCIAS

Tema 21. Inteligencia artificial aplicada al marketing

- Aplicaciones para la creación de contenidos.
- Automatización y personalización.
- Análisis de datos y apoyo a la toma de decisiones.
- Uso ético y responsable de la IA.

Tema 22. Tendencias emergentes en marketing digital

- Marketing experiencial.
- Marketing de comunidades.
- Video marketing.
- Influencer marketing y creación de contenidos por usuarios.

BLOQUE VIII. NORMATIVA DE LA MARCA PARCS NATURALS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Tema 23. DECRETO 26/2011, de 18 de marzo, del Consell, sobre el régimen jurídico y el procedimiento de concesión de la licencia de uso de la marca Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana. [2011/3301]

Tema 24. ACUERDO de 29 de enero de 2010, del Consell, por el que se constituye el Comité Técnico de la Marca Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana. [2010/1038].

Tema 25. LEY 42/2007 del Patrimonio Natural y la Biodiversidad.

Tema 25. LEY 11/1994, de 27 de diciembre, de la Generalitat Valenciana, de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana.

Nota: Toda la normativa referenciada será de los textos legales consolidados a fecha de la realización de la prueba técnica.

TEMARIO SEGUNDA PRUEBA

1. Código Ético de VAERSA
<https://www.vaersa.com/cas/transparencia/codigo-etico/>
2. Resolución de 25 de septiembre de 2025, por la que se aprueba la actualización de tarifas aplicables a las actuaciones a encomendar a VAERSA, en calidad de medio propio instrumental de la Administración de la Generalitat.
3. VAERSA OBERTA:
 - a. Misión, Visión y Valores
 - b. Órgano de VAERSA y Departamentos
 - c. Objeto social de VAERSA: Resoluciones de 2016, 2017, 2018, 2019 y 2023
 - d. Manual de bienvenida
 - e. Funciones equipo directivo
 - f. Política antifraude<https://www.vaersa.com/cas/>
4. Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres: Título Preliminar (Objeto y ámbito), Título I (El principio de igualdad y la tutela contra la discriminación), artículo 51, Título VII.
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-6115-consolidado.pdf>
5. Ley 9/2003, de 2 de abril, de la Generalitat, para la igualdad de mujeres y hombres: Título I, Título II (Capítulo III y VI), y Título III.
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2003/BOE-A-2003-9334-consolidado.pdf>
6. Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales: Capítulo I, Capítulo II, Capítulo III, Capítulo V.
<https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE-A-1995-24292-consolidado.pdf>
7. Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI: Título I (Capítulo I y Capítulo II Sección 3ª), Título III (Capítulo I, II y III).
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2023/BOE-A-2023-5366-consolidado.pdf>
8. Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género: objeto y principios rectores, medidas de sensibilización, prevención y detección; Derechos de las mujeres víctimas de violencia de género; Tutela Institucional.
<https://www.boe.es/eli/es/lo/2004/12/28/1/con>
9. II Plan de Igualdad de VAERSA. Se proporcionará por parte de VAERSA.
<https://www.vaersa.com/wp-content/uploads/2025/10/PLAN-IGUALDAD-VAERSA2025-comprimido.pdf>
10. Plan LGTBIQ+ VAERSA. Se proporcionará por parte de VAERSA.

Nota: Los enlaces referenciados son mera cortesía para facilitar el acceso a los documentos por parte de las personas candidatas.

Toda la normativa referenciada será de los textos legales consolidados a fecha de la realización de la prueba técnica.