



## (IFCT126PO) Introducción a las empresas 4.0

**Sku:** PIT097

**Horas:** 60

### OBJETIVOS

Conocer las nuevas tecnologías que se enmarcan bajo la denominación 4.0, su aplicación e implicaciones en la estrategia de empresa e identificar los aspectos clave para mejorar la competitividad de la empresa: estrategia de marca, plan de marketing digital y ecommerce y medios de pago digitales.

### CONTENIDOS

- **Unidad 1: Estrategia de marca.**
  - ¿Qué es una marca?
  - Branding.
  - Estado de la marca: imagen, posicionamiento, reputación territorio.
    - Imagen.
    - Posicionamiento.
    - Reputación.
    - Territorio.
  - Técnicas de branding e identidad corporativa.
    - Qué es la identidad corporativa.
    - Branding e identidad corporativa.
  - Branding en la red: uso de Internet y redes sociales.
  - Tendencias.
  - La importancia de la reputación online.
  - Situación de partida.
  - Creación de la reputación online.
    - Tácticas de reputación online en buscadores.
    - Tácticas de reputación online en las redes sociales (Social Media).
  - Plan de gestión de crisis.
    - El papel de los influencers.
    - Los procesos de crisis y su desenlace.
  - Análisis de la reputación online.

- Herramientas de monitorización online gratuitas.
- Herramientas de monitorización online de pago.
- Examen UA 01
  
- **Unidad 2: Plan de marketing digital.**
  - Plan de marketing.
  - ¿Qué es el marketing digital?
    - Cómo nació el marketing online: de la web 1.0 a la web 4.0.
    - El Plan de marketing online.
  - Estrategias para marketing digital.
    - Content marketing.
    - Email marketing.
    - Posicionamiento SEO.
    - Marketing en redes sociales.
    - Inbound marketing.
    - Otras estrategias: video marketing, bots y live streaming.
  - Examen UA 02
  - Actividad de Evaluación UA 02
  
- **Unidad 3: E-commerce y medios de pago digitales.**
  - Concepto.
  - Modelos de negocio en la red.
  - Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional.
  - Tipos de comercio electrónico.
  - Relación con el cliente-proveedor.
    - Cadena cliente-proveedor.
  - El proceso de compra.
  - Comercio electrónico según el medio utilizado.
  - Introducción a los medios de pago.
  - Datos.
  - Agentes.
    - Automatización informatizada del comercio electrónico.
    - Ejemplo de agentes en los pagos con tarjeta.
  - Sistemas de pago.
    - Sistemas de pago no integrados.
    - Sistemas de pago integrados: Pasarela de pagos
  - Examen UA 03
  - Actividad de Evaluación UA 03
  - Examen final IFCT126PO