



(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