



## (IFCT126PO) Introducción a las empresas 4.0

**Sku:** PS883

**Horas:** 60

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

Entregar productos con altos estándares técnicos y de calidad comprendiendo el desarrollo de los procesos industriales.

Obtener una visión general de la Industria 4.0, a través de la transformación digital de las empresas industriales y la implicación en el cambio de sus recursos humanos.

Conocer las nuevas tecnologías que se enmarcan bajo la denominación 4.0 y su aplicación real en diferentes sectores.

Conocer las implicaciones en la estrategia de la empresa, en el modelo de negocio y en la necesidad de contar con profesionales altamente cualificados.

Identificar los aspectos clave para mejorar la competitividad y eficiencia de la PYMES.

### CONTENIDOS

#### **1. ESTRATEGIA DE MARCA**

1.1. ¿Qué es una marca?

1.2. Branding

1.3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio

1.4. Técnicas de branding e identidad corporativa

1.5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales

1.6. Tendencias

1.7. La importancia de la reputación online

1.8. Situación de partida

1.9. Creación de la reputación online

1.10. Plan de gestión de crisis

1.11. Análisis de la reputación online

1.12. Conclusión

#### **2. PLAN DE MARKETING DIGITAL**

2.1. Plan de marketing

2.2. ¿Qué es el marketing digital?

2.3. Estrategias para marketing digital

### **3. ECOMMERCE Y MEDIOS DE PAGO DIGITALES**

3.1. Concepto

3.2. Modelos de negocio en la red

3.3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional

3.4. Tipos de comercio electrónico

3.5. Relación con el cliente-proveedor

3.6. El proceso de compra

3.7. Comercio electrónico según el medio utilizado

3.8. Introducción a los medios de pago

3.9. Datos

3.10. Agentes

3.11. Sistemas de pago