

Introducción A Las Empresas 4.0



Área: Comercial y Marketing

Modalidad: Teleformación

Duración: 60 h

Precio: 420.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

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. o Imagen. o Posicionamiento. o Reputación. o Territorio. • Técnicas de branding e identidad corporativa. o Qué es la identidad corporativa. o 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. o Tácticas de reputación online en buscadores. o Tácticas de reputación online en las redes sociales (Social Media). • Plan de gestión de crisis. o El papel de los influencers. o Los procesos de crisis y su desenlace. • Análisis de la reputación online. o Herramientas de monitorización online gratuitas. o Herramientas de monitorización online de pago. Unidad 2: Plan de marketing digital. • Plan de marketing. • ¿Qué es el marketing digital? o Cómo nació el marketing online: de la web 1.0 a la web 4.0. o El Plan de marketing online. • Estrategias para marketing digital. o Content marketing. o Email marketing. o Posicionamiento SEO. o Marketing en redes sociales. o Inbound marketing. o Otras estrategias: video marketing, bots y live streaming. 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. o Cadena cliente-proveedor. • El proceso de compra. • Comercio electrónico según el medio utilizado. • Introducción a los medios de pago. • Datos. • Agentes. o Automatización informatizada del comercio electrónico. o Ejemplo de agentes en los pagos con tarjeta. • Sistemas de pago. o Sistemas de pago no integrados. o Sistemas de pago integrados: Pasarela de pagos

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 8 o superior, Mozilla Firefox 52 o superior o Google Chrome 49 o superior. Todos ellos tienen que tener habilitadas las cookies y JavaScript.
- Resolución de pantalla de 1024x768 y 32 bits de color o superior.