



# ADGD354PO. TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

SKU: PS1000

Horas [100](#)

## OBJETIVOS

Aportar a los profesionales una formación digital básica proporcionando una visión amplia y completa del cambio experimentado en los servicios publicitarios a consecuencia de la integración de las competencias digitales en las empresas de comunicación publicitaria; tanto desde el punto de vista de los servicios ofrecidos como de la organización interna de las agencias para proporcionar esos nuevos servicios.

## CONTENIDO

### 1. ESTRATEGIA Y ECOSISTEMA DIGITAL.

- 1.1. Evolución del sector publicitario en el S. XXI.
- 1.2. Entender el nuevo ecosistema digital de la comunicación.
- 1.3. El ecosistema digital de la comunicación publicitaria.
- 1.4. Desarrollar adecuadamente un plan digital estratégico alineado con la estrategia corporativa.
- 1.5. El plan estratégico digital como parte de la estrategia corporativa de la empresa.

### 2. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

- 2.1. La necesidad del Plan de marketing digital.
- 2.2. Estructura del plan de marketing digital.
  - 2.2.1. Objetivos.
  - 2.2.2. Estrategia y Plan de Acción.
  - 2.2.3. Planificación de Recursos.
  - 2.2.4. Óptico plan.

### 3. TECNOLOGÍA DE INTERNET.

- 3.1. Conceptos tecnológicos que conforman Internet para el desarrollo de una estrategia innovadora.
- 3.2. Planificación de los recursos técnicos para la optimización de nuestro presupuesto.

### 4. IDENTIDAD Y REPUTACIÓN DIGITAL.

- 4.1. EL diagnóstico de identidad actual. ¿Dónde estoy? ¿Cuál es mi identidad actual?
- 4.2. Herramientas para diagnosticar mi situación actual.
- 4.3. Estrategia de reputación digital.
  - 4.3.1. Definir Objetivos - ¿Donde quiero estar? ¿Qué imagen deseo proyectar?
  - 4.3.2. Definir una estrategia.
  - 4.3.3. Desarrollar un Plan de acción - Herramientas, calendario y recursos
  - 4.3.4. Definir un plan de seguimiento, y KPIS - ¿He alcanzado mis objetivos?

## **5. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES: SEO, SEM. SEO REPUTACIONAL.**

- 5.1. La importancia de un correcto posicionamiento en Buscadores.
- 5.2. Estrategias para un buen posicionamiento en buscadores.
- 5.3. Principales herramientas de SEO/SEM.

## **6. SERVICIOS DIGITALES: MOBILE.**

- 6.1. Las posibilidades del móvil como herramienta comercial.
- 6.2. Modalidades de comunicación mobile.
- 6.3. Ejemplos y casos prácticos.

## **7. SERVICIOS DIGITALES: SOCIAL MEDIA.**

- 7.1. La importancia de una correcta gestión de las redes sociales.
- 7.2. El equipo de social media.
- 7.3. Protocolo de actuación en situaciones de crisis.
- 7.4. El plan de Social Media Corporativo.

## **8. SERVICIOS DIGITALES: CREACIÓN DE CONTENIDOS DE MARCA (BRANDED CONTENT).**

- 8.1. Formatos de branded content.
- 8.2. Producción de branded content.
  - 8.2.1. Objetivo.
  - 8.2.2. Definición de contenidos.
  - 8.2.3. Producción del contenido.
  - 8.2.4. Distribución del contenido.
  - 8.2.5. Análisis de resultados y reacción a la respuesta generada.

## **9. ENTORNO JURÍDICO DIGITAL.**

- 9.1. Normativa publicitaria: Ley General de Publicidad y similares.
- 9.2. Leyes de protección intelectual.
- 9.3. Leyes de Protección de datos.
- 9.4. Otra normativa: leyes de competencia, consumo, etc...

## **10. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD.**

- 10.1. Identificación de los cambios tecnológicos que afectan a la agencian y atacar los puntos más vulnerable.
- 10.2. Adaptación organizativa y estructural de la agencias de publicidad a los nuevos servicios.
- 10.3. Activar un nuevo liderazgo transversal que ayude a la organización a pivotar de una forma más ágil para afrontar los cambios.