



## (IFCT126PO) INTRODUCCIÓN A LAS EMPRESAS 4.0

**SKU:** PD7720

**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.

### CONTENIDO

#### **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.

Examen UA 01

## **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.

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.
  - 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

Examen UA 03

Actividad de Evaluación UA 03

Examen final IFCT126PO