

Categorías: Ofimática, informática y comunicaciones

## 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 DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIA DE MARCA ¿Qué es una marca? Branding Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio Técnicas de 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 Plan de gestión de crisis Análisis de la reputación online Conclusión UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE MARKETING DIGITAL Plan de marketing ¿Qué es el marketing digital? Estrategias para marketing digital UNIDAD DIDÁCTICA 3. ECOMMERCE 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 El proceso de compra Comercio electrónico según el medio utilizado Introducción a los medios de pago Datos Agentes Sistemas de pago

