

INTRODUCCIÓN A LAS EMPRESAS 4.0

CONTENIDOS FORMATIVOS:

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