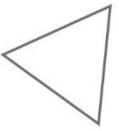




MCR0030. Estrategia digital 360°: cultura, modelos de negocio y cliente digital





MCR0030



Estrategia digital 360°: cultura, modelos de negocio y cliente digital

El contenido formativo se adecúa a la unidad de competencia UC2383_3 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP)

Duración: 90 horas

Modalidad: 100% online

Requisitos y conocimientos previos: no se requiere nivel académico previo, pero al ser en modalidad online es necesario poseer conocimientos básicos de informática, así como habilidades básicas de comunicación lingüística que permitan el aprendizaje y el seguimiento de la formación.

Objetivos

Objetivos generales:

- Conocer los principios básicos de la transformación digital de las empresas y la importancia de los datos en ese proceso.
- Desarrollar habilidades para adaptar la mentalidad de una empresa al pensamiento «digital» y conocer los elementos más importantes que definen la nueva cultura digital.
- Examinar los nuevos entornos empresariales que se han creado en la era digital, así como clasificar los modelos de negocio online que se adaptan a esos entornos.
- Analizar las características del consumidor digital, para comprender sus necesidades y modos de comunicarse y, de ese modo, adaptar las decisiones empresariales para satisfacer esos nuevos perfiles.

Objetivos específicos:

- Entender la importancia de la transformación digital en un mundo dominado por los datos.
- Analizar las tecnologías clave que apoyan el proceso de transformación digital en las empresas.
- Conocer las nuevas técnicas de análisis de datos y cómo los datos impulsan la transformación digital.
- Comprender los nuevos roles de liderazgo en la empresa digital.
- Analizar las nuevas formas de trabajo y las nuevas formas de dirigir equipos, prestando especial atención a los equipos virtuales.
- Examinar los 14 perfiles de Thomas Frey, que nos sirven para conocer las competencias demandadas en la era digital.
- Entender conceptos clave, como «gestión del conocimiento», «gestión del talento» y «gestión de equipos de alto rendimiento».
- Estudiar los elementos y tipos de cultura empresarial.

- Entender el concepto de modelo de negocio y analizar los modelos de negocio más populares de la era digital, sus ventajas e inconvenientes.
- Analizar las características de los nuevos entornos empresariales.
- Entender el concepto de cliente digital, analizar los principios del neuromarketing como ciencia que estudia el comportamiento del consumidor online y conocer los factores que influyen en las decisiones de compra.
- Examinar la evolución del marketing digital, así como la importancia de la reputación online y de la estrategia de marca para atraer a los clientes digitales.
- Conocer el proceso de activación omnicanal de clientes digitales.
- Entender el concepto de modelo de negocio. Realizar un estudio específico de las metodologías business-to-business. Conocer los principios del marketing B2B y saber cómo resolver un conflicto de canales en ese ámbito.
- Entender el concepto de comunicación digital. Hacer un estudio de la comunicación empresarial en el sector de atención al cliente.
- Analizar las técnicas de Social Media Marketing.
- Estudiar el modelo de negocio Mobile Business.
- Hacer un análisis de los aspectos fundamentales del comercio electrónico y del posicionamiento web.

Contenidos

Unidad 1: Introducción a la transformación digital

1. ¿Qué es la transformación digital?
 - 1.1. Cómo pueden los datos impulsar la transformación digital.
 - 1.2. El análisis de datos como acelerador de la transformación digital.
 - 1.3. Gestión de los macrodatos en las empresas españolas.

Unidad 2: Cultura digital

1. Liderazgo y empresa digital.
2. Nuevas formas de dirigir equipos en la era digital.
3. Nuevas formas de trabajo.
 - 3.1. Equipos de trabajo virtuales.
4. Competencias para el trabajo en la era digital.
5. Gestión del conocimiento.
6. Gestión del trabajo en los nuevos modelos de organización.
7. Gestión de equipos de alto rendimiento.
8. Cultura empresarial.
 - 8.1. Elementos de la cultura empresarial.
 - 8.2. Tipos de cultura empresarial.
 - 8.3. Cómo cambiar la cultura empresarial.

Unidad 3: Modelos de negocios digitales

1. Los nuevos modelos de negocio de la era digital.
 - 1.1. Cómo validar un modelo de negocio.
 - 1.2. Modelos de negocio de la era digital.
2. Características y transformación en los nuevos entornos empresariales.

Unidad 4: El cliente digital

1. Cliente digital.
 - 1.1. Análisis del comportamiento del consumidor como disciplina de marketing.
2. Marketing, reputación y marca.
 - 2.1. La importancia de la reputación online.
 - 2.2. Marca, branding y estrategia de marca.
3. Desarrollo de clientes en la nueva era digital.
4. Metodologías B2B.
 - 4.1. Marketing B2B.
 - 4.2. Conflictos de canales.
5. Habilidades de comunicación.
 - 5.1. Comunicación empresarial y atención al cliente.
6. Social Media Strategy.
 - 6.1. Cómo construir un branding fuerte en redes sociales.
 - 6.2. Plan de Social Media Marketing.
7. Mobile Business.
8. Comercio electrónico.

9. Posicionamiento en Internet.