Experto Universitario

Transformación Digital de Organizaciones

ETDO



tech universidad tecnológica

01

Bienvenida

La revolución de la tecnología y la forma en la que consumimos ha cambiado la manera en la que las empresas se comunican con sus clientes y empleados. Dentro del ámbito empresarial es imprescindible llevar a cabo una estrategia que nos permita crear un plan para saber comunicarnos. Con este Experto Universitario tendrás la oportunidad de entender el entorno digital y de aprender a gestionar el marketing y la comunicación tanto interna como externa. Además, se tratarán las distintas conductas que se están adoptando en la actualidad, así como el impacto que, directa o indirectamente van a tener que afrontar las empresas en su Transformación Digital.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, éste es tu sitio.



Experto Universitario en Transformación Digital de Organizaciones.
TECH - Universidad Tecnológica

04

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa, serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos

El **Experto Universitario en Transformación Digital de Organizaciones** te capacitará para:

01 Analizar el entorno digital: repercusiones, retos y oportunidades, desde la perspectiva del marketing

02 Aplicar el marketing digital respondiendo a las nuevas tendencias del *customer journey*

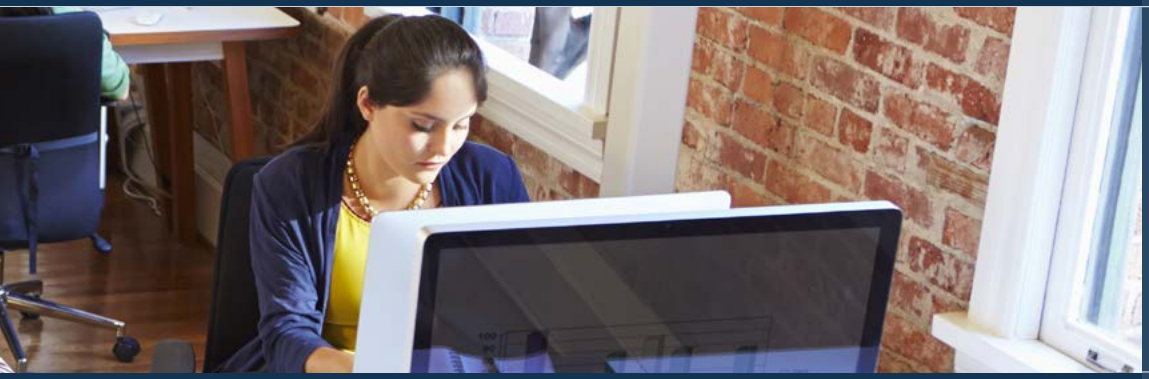
03 Incorporar a tu perspectiva de transformación digital la comunicación interna y la externa

04 Dominar las nuevas tendencias de marketing que te permitirán ser más competitivo en el sector



05 Desarrollar la visión y capacidad estratégica para definir un plan de marketing así como las herramientas que se están utilizando en la actualidad

06 Liderar y gestionar el área de marketing digital a nivel empresarial



07 Dominar los canales digitales que se están utilizando en la actualidad

08 Desarrollar un plan de marketing

09 Tomar decisiones estratégicas que mejoren la competitividad de las empresas

10 Comprender el comportamiento de los usuarios para definir una estrategia empresarial de alto impacto

05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Transformación Digital de Organizaciones es un programa a tu medida que se imparte en formato 100% online para que elijas el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 6 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para tu éxito como director de proyectos.



Módulo 1. La transformación digital como estrategia 360º

1.1. Estrategia 360º
1.1.1. *Brand awareness*
1.1.2. *Content mapping y customer journey*
1.1.3. Estrategia *always ON*

1.2. Rebranding
1.2.1. Rebranding
1.2.2. Cuándo aplicar una estrategia de rebranding
1.2.3. Cómo aplicar una estrategia de rebranding

1.3. HR marketing
1.3.1. *Recruitment marketing*
1.3.2. Fases del HR marketing
1.3.3. Estrategia de comunicación: interna y externa

1.4. Marketing relacional
1.4.1. Marketing relacional
1.4.2. Inbound marketing
1.4.3. Herramientas

1.5. Comunidades y ecosistemas de innovación
1.5.1. Ecosistemas de innovación
1.5.2. Tipos de perfiles
1.5.3. Claves para tener una comunidad interna y externa

1.6. *Social selling*
1.6.1. *Social selling*
1.6.2. Cómo aplicar una estrategia de *social selling*
1.6.3. Aplicaciones basadas en el *social selling*

1.7. Marketing experiencial
1.7.1. Marketing experiencial
1.7.2. Objetivos en una campaña de marketing experiencial
1.7.3. Uso de la tecnología en el marketing experiencial

1.8. Branded content y publicidad nativa
1.8.1. *Branded content y debranding*
1.8.2. *Content marketing vs. Brand journalism*
1.8.3. Publicidad nativa

1.9. Real time marketing
1.9.1. Real time marketing
1.9.2. Preparación de una campaña de real time marketing
1.9.3. La personalización como concepto clave
1.9.4. Responsabilidad social corporativa

1.10. Indicadores clave del rendimiento (KPIS) en la era digital
1.10.1. Indicadores organizacionales
1.10.2. Indicadores de innovación
1.10.3. Indicadores de marketing

Módulo 2. Canales de marketing en la era digital

2.1. Redes sociales
2.1.1. Relacionales
2.1.2. De entretenimiento
2.1.3. Profesionales
2.1.4. De nicho

2.2. Influencer marketing
2.2.1. Clasificación de influencers
2.2.2. Diseño de campañas con influencers
2.2.3. Tipos de campañas con influencers

2.3. E-mail marketing
2.3.1. Objetivos del e-mail marketing
2.3.2. Factores clave del e-mail marketing
2.3.3. E-mail automation

2.4. Página WEB y SEO
2.4.1. Página web
2.4.2. SEO on page
2.4.3. SEO off page

2.5. Aplicaciones móviles y ASO
2.5.1. Tipos de aplicaciones
2.5.2. Conceptos clave
2.5.3. Posicionamiento ASO

2.6. Campañas pagadas
2.6.1. Estrategia paid-media
2.6.2. Google ads
2.6.3. Facebook ads

2.7. Marketing de afiliación
2.7.1. Análisis del marketing de afiliación
2.7.2. Tipos de marketing de afiliación
2.7.3. Aspectos clave

2.8. Publicidad programática
2.8.1. Publicidad programática
2.8.2. Actores fundamentales
2.8.3. Beneficios de la publicidad programática
2.8.4. Real time bidding (RTB)

2.9. Programas de fidelización
2.9.1. Programa de fidelización
2.9.2. Importancia de la gamificación
2.9.3. Tipos de programas de fidelización

2.10. Cobranding
2.10.1. Campaña de cobranding
2.10.2. Tipos de cobranding
2.10.3. Co branding vs. Comarketing

Módulo 3. Nuevas conductas en la transformación digital de las empresas

3.1. Nuevas conductas adoptadas
3.1.1. *Social distancing*
3.1.2. A-commerce
3.1.3. *Mentor to protége* (M2P)

3.2. Tendencias en la comunicación
3.2.1. Marketing inclusivo y social
3.2.2. Ecología y proximidad
3.2.3. Humanización
3.2.4. Diferenciación

3.3. Evolución de los contenidos
3.3.1. Evolución del *fast content*
3.3.2. Contenido inmediato
3.3.3. Del *storytelling al storydoing*
3.3.4. El auge del contenido premium

3.4. La evolución de las búsquedas
3.4.1. La intención de búsqueda
3.4.2. *Voice marketing*
3.4.3. *Visual search*
3.4.4. Búsquedas interactivas

3.5. Avances de los soportes
3.5.1. La publicidad digital OOH
3.5.2. Televisión conectada y vídeo *over-the-top* (OTT)
3.5.3. Podcasting y audio online
3.5.4. *Streaming*

3.6. *Customer centric*
3.6.1. *Customer centric vs. Customer experience vs. Product centric*
3.6.2. *User generated content*
3.6.3. *Share of voice*
3.6.4. Personalización

3.7. La evolución del ecommerce
3.7.1. Evolución y perspectivas
3.7.2. Tipos de sistemas
3.7.3. Tipos de ecommerce

3.8. Economía conductual
3.8.1. Economía conductual
3.8.2. Tipos de sesgos y nudges
3.8.3. CRO
3.8.4. UX vs. UI

3.9. Transformación digital: físico + digital
3.9.1. Era de la digitalización
3.9.2. *Social, location y mobile (SoLoMo)*
3.9.3. Evolución de los métodos de pago
3.9.4. Nuevos retos para el retail

3.10. Evolución por sectores en el entorno digital
3.10.1. Turismo
3.10.2. Movilidad
3.10.3. Salud

Una experiencia de capacitación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo"

08

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en banca y mercados financieros, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el Experto Universitario de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.



Dirección



D. Barrientos, Giancarlo

- Ingeniero en sistemas de la información
- Especialización en Ingeniería de software por la USAL de Buenos Aires, Argentina Empezó su experiencia profesional enfocándose en diversos mercados de Latam y Europa como ingeniero de software para Young & Rubicam Brands, Rocket Internet Gmbh y Grupo Clarín
- Creador de una empresa de tecnología para la transformación digital de la industria de seguros en Argentina, logística en México e inmobiliaria en Colombia, la cual vende a un grupo empresario de seguros
- IT Manager en Assist-365

Dirección



D. Nieto-Sandoval González-Nicolá, David

- Ingeniero Técnico Industrial por la EUP de Málaga
- Ingeniero Industrial por la ETSII de Ciudad Real
- Delegado de Protección de Datos Data Protection Officer (DPO) por la Universidad Antonio Nebrija
- Experto en dirección de proyectos y consultor y mentor de negocios en organizaciones como Youth Business Spain o COGITI de Ciudad Real
- CEO de la startup GoWork orientada a la gestión de las competencias y desarrollo profesional y la expansión de negocios a través de hiperetiquetas
- Redactor de contenido formativo tecnológico para entidades tanto públicas como privadas
- Profesor homologado por la EOI en las áreas de industria, emprendeduría, recursos humanos, energía, nuevas tecnologías e innovación tecnológica

Profesores

Dña. García Salvador, Laura

- Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas, Administración y Dirección de Empresas
- Máster en Marketing Digital en ESIC (España)
- Empezó su experiencia profesional en la agencia de publicidad CONTRAPUNTO BBDO, Creadora de: Adopta Un Abuelo (ONG) y de Ruralka Hoteles (Club de Calidad de Hoteles con encanto)

11

Titulación

El Experto Universitario en Transformación Digital de Organizaciones te garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH - Universidad Tecnológica.



Este **Experto Universitario en Transformación Digital de Organizaciones** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Experto Universitario** emitido por **TECH - Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Transformación Digital de Organizaciones**

Nº Horas Oficiales: **450**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Transformación Digital de Organizaciones

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra. Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFW0R23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

Experto Universitario

Transformación Digital de Organizaciones



tech universidad tecnológica