



info@atecid.com

Formación Bonificable



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

Teleformación

ADGD349PO. Programa avanzado en transformación digital

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Establecer unos objetivos centrados en el cliente digital y en la nueva arquitectura tecnológica y de datos, transformando las estrategias empresariales.

□ **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 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.
- 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.

Contenidos

ADGD349PO. Programa avanzado en transformación digital	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Introducción a la transformación digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la transformación digital? <ul style="list-style-type: none"> ○ Cómo pueden los datos impulsar la transformación digital. ○ El análisis de datos como acelerador de la transformación digital. ○ Gestión de los macrodatos en las empresas españolas. 	
Examen UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	30 minutos
Tiempo total de la unidad	13 horas
<p>Unidad 2: Cultura digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo y empresa digital. • Nuevas formas de dirigir equipos en la era digital. • Nuevas formas de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> ○ Equipos de trabajo virtuales. • Competencias para el trabajo en la era digital. • Gestión del conocimiento. • Gestión del Talento en los nuevos Modelos de Organización. • Gestión de equipos de alto rendimiento. • Cultura Empresarial. <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos de la cultura empresarial. ○ Tipos de cultura empresarial. ○ Cómo cambiar la cultura empresarial. 	
Examen UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	27 horas

<p>Unidad 3: Modelos de negocio digitales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los nuevos modelos de negocio de la era digital. <ul style="list-style-type: none"> ○ Cómo validar un modelo de negocio. ○ Modelos de negocio de la era digital. • Características y transformación en los nuevos entornos empresariales. 	
Examen UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	12 horas
<p>Unidad 4: El cliente digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cliente Digital. <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis del comportamiento del consumidor como disciplina de marketing. • Marketing Digital, Reputación y Marca. <ul style="list-style-type: none"> ○ La importancia de la reputación online. ○ Marca, branding y estrategia de marca. • Desarrollo de Clientes en la nueva era digital. <ul style="list-style-type: none"> ○ Metodologías B2B. ○ Marketing B2B. ○ Conflicto de canales. • Habilidades de Comunicación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicación empresarial y atención al cliente. • Social Media Strategy. <ul style="list-style-type: none"> ○ Cómo construir un branding fuerte en redes sociales. ○ Plan de Social Media Marketing. • Mobile Business. • Comercio Electrónico. • Posicionamiento en Internet. 	
Examen UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	30 minutos
Tiempo total de la unidad	37 horas
Examen final	1 hora
4 unidades	90 horas