

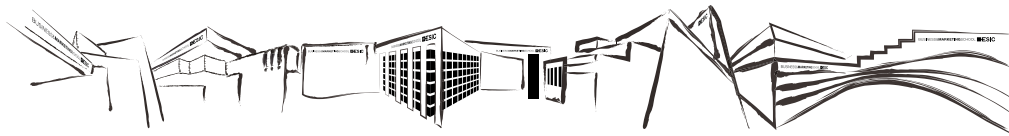
PROGRAMAS POSTGRADO

Programa de Transformación Digital PARA PYMES DE ARAGÓN [PTD]

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**

Fundación
iberCaja 

ICEMD
INSTITUTO ECONOMÍA
DIGITAL 



BUSINESS & MARKETING SCHOOL



LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES DE ALTA CUALIFICACIÓN, FORJADOS CON VALORES ÉTICOS, JUNTO CON NUESTRA VOCACIÓN INVESTIGADORA SON LOS TRES PILARES SOBRE LOS QUE SE APOYA NUESTRO PROYECTO. NUESTRA ALTA VINCULACIÓN CON LA EMPRESA NOS HA PERMITIDO ENLAZAR DOCENCIA Y REALIDAD EMPRESARIAL, DOTAMOS A TODOS LOS PROGRAMAS DE LA FLEXIBILIDAD QUE PERMITE A LOS PROFESIONALES QUE SALEN DE NUESTRAS AULAS ESTAR REALMENTE CAPACITADOS PARA ENFRENTARSE A LOS RETOS DE LA EMPRESA MODERNA Y QUE AFRONTEN EL FUTURO CON POSIBILIDADES REALES DE ÉXITO. PROMOVEMOS UN ELEVADO NÚMERO DE ACTIVIDADES DONDE CONTAMOS CON LA PRESENCIA DE RELEVANTES MIEMBROS DE LA EMPRESA: CONFERENCIAS, FOROS, MASTERCLASSES, PRACTICE DAYS, ETC.

+60.000
ANTIGUOS ALUMNOS



12 CAMPUS EN ESPAÑA
Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS EN **4 CONTINENTES**

5 ÁREAS DE ACTIVIDAD
GRADO / POSTGRADO / EXECUTIVE
EDITORIAL / IDIOMAS



+125 UNIVERSIDADES
DE TODO EL MUNDO
CON LAS QUE MANTENEMOS RELACIÓN

VINCULACIÓN
CON EL **MUNDO EMPRESARIAL**
Y FOMENTO DEL **EMPRENDIMIENTO**



FORMACIÓN
EN COMPETENCIAS DE LA
ECONOMÍA DIGITAL A TRAVÉS DE **ICEMD**

PREMIOS ASTER
RECONOCIMIENTO DE LOS LOGROS
DE PROFESIONALES Y EMPRESAS



CLAUSTRO
DE PROBADA CALIDAD DOCENTE
Y PROFESIONAL

CONVENIOS
CON **+2.500 EMPRESAS**



HOY ES MARKETING [HEM]
ENCUENTRO ANUAL

LA CALIDAD DE NUESTROS PROGRAMAS ESTÁ AVALADA POR POR ASOCIACIONES Y ACREDITACIONES TANTO DE ÁMBITO NACIONAL COMO INTERNACIONAL



El objetivo principal es formar y asesorar para desarrollar, junto con la empresa participante, su propio **Plan de Transformación Digital**, concienciando y capacitando a través de jornadas, itinerarios formativos y asesoramientos personalizados, en las nuevas disciplinas, medios y canales que pone a disposición la Economía Digital.

Desarrollar un programa de formación y asesoramiento coordinado, **que permita a las empresas participantes elaborar su propio Plan de Transformación Digital**.

Formar a los participantes para la adquisición de **competencias y habilidades en la Transformación Digital**.

Realizar conjuntamente con la empresa un **diagnóstico de la situación de partida**.

Diseñar un Plan de Transformación Digital a través de una propuesta de valor en el ámbito digital.

Integrar la Transformación Digital en los procesos, sistemas y organización de la empresa.



OBJETIVOS

- > **Fomentar un cambio de mentalidad en el empresariado, mediante fórmulas que favorezcan el entendimiento del entorno digital.**
- > **Facilitar técnicas y conocimientos digitales dirigidos a que los profesionales refuercen su competitividad.**
- > **Integrar la estrategia digital desarrollada durante este programa de formación en la estrategia del negocio de cada participante.**
- > **Detectar y evaluar el grado de madurez digital de cada negocio, para generar conjuntamente aquellos escenarios más favorables.**
- > **Impulsar el comercio electrónico como nuevo canal de venta en sus empresas, llevando a cabo estrategias de marketing y publicidad.**
- > **Diseñar un Plan de Innovación Digital, es decir, un plan de acción que integre las estrategias necesarias para la mejora de los resultados.**

Metodología:

Encuentro entre los profesionales formadores de ESIC-ICEMD y los directivos alumnos del programa, trabajando desde el primer momento a través de casos y ejemplos reales de las empresas participantes o de empresas similares.

Es un programa a medida, tanto en formación como en asesoramiento, impartido por ponentes y asesores profesionales con una experiencia consolidada en programas de Transformación Digital, que ayudarán a diseñar el plan de actuación para cada empresa mediante un asesoramiento personalizado.

Formación

+

Plan de Actuación*:

Diagnóstico



Asesoramiento



Presentación Plan Digital

Programa formativo que se centra en lo esencial de la materia, poniendo el foco en los contenidos que aporten sustancialmente valor para el desarrollo de reactivación de la empresa, en jornadas de 8 horas.

Cada empresa diseñará su propio Plan de Actuación a medida que le sirva de ruta para consolidar su estrategia de Transformación Digital a corto plazo.

Diagnóstico inicial que permita a la empresa participante identificar su posicionamiento digital, emitiendo un informe de situación inicial como punto de partida para la elaboración de su Plan de Transformación Digital.

10 horas de asesoramiento personalizado que estratégicamente intercaladas con el programa formativo permiten, junto con la empresa, diseñar y desarrollar este Plan de Actuación.

La empresa participante presentará su Plan Digital a un tribunal de expertos para obtener un *feedback* y orientación para su futura ejecución.

Programa de Transformación Digital

Formación

88 h.

+

Plan de Actuación*
Asesoramiento

10 h.

+

Presentación
Plan Digital*

8 h.

106 h.

* Plan de Actuación (diagnóstico, asesoramiento y presentación Plan Digital) opcional.

Diagnosticador e informe de posicionamiento digital

El Programa de Transformación Digital contempla un diagnóstico que se compone de un cuestionario estructurado en bloques y preguntas orientadas a identificar los atributos internos y externos del posicionamiento digital de la empresa usuaria. El informe de posicionamiento digital contempla el grado de digitalización que tiene la empresa en cada uno de los bloques que se han considerado como evaluables en el diagnosticador.

Mediante un modelo de análisis, esos porcentajes permiten expresar la evaluación digital en valores comprendidos entre el 0 y el 4. Estos valores se agrupan en generaciones i-3 digitales que, en base al tipo de generación obtenido, se presentan orientaciones y recomendaciones en ejes de gestión del programa y en acciones de Transformación Digital.

Desarrollo del programa:

01// Ecosistema y cliente digital [8 h.]

- ¿Qué es un ecosistema digital?
- Cambios tecnológicos y el impacto en lo económico, social y cultural.
- El contexto digital.
- Cadena de valor digital.
- Los procesos claves de la gestión digital.
- Alcance estratégico en el ámbito digital.
- Modelos de negocio en el ámbito digital.
- Tendencias en el plano digital.
- La propuesta de valor: unicidad en la comunicación digital.
- La conducta digital y las nuevas generaciones de consumidores.
- Clasificación previa de clientes y los buyer persona.
- Mapa de empatía.
- Customer Jobs (pain/gain).

PONENTE:

Asier Rebollo >, Co-Funder & CMO de Your Concept Group

02// Marketing y adquisición de clientes [8 h.]

- Diseño y creación de un plan de marketing digital.
- Estrategias competitivas en un entorno crecientemente digital, unipersonal y global.
- Relación cadena de valor: anunciantes, agencias, centrales de medios, medios digitales.
- Grandes tendencias en el mercado digital.
- Definición y objetivos de un plan de marketing digital.
- Segmentación y definición del público objetivo en Internet y herramientas de la comunicación digital.
- Elaboración de un plan de comunicación y promoción en Internet.
- Métricas del marketing digital.
- Los factores de éxito para hacer una buena estrategia digital.

PONENTE:

Jorge Aguilar García > CEO de DigitalCo

03// Disciplinas de captación de tráfico [8 h.]

- Una web pensada para el cliente.
- La usabilidad y la experiencia de la persona usuaria.
- Analítica web: cómo medir y optimizar los procesos.
- Google Analytics.
- La gestión del SEO.
- Search Engine Marketing (SEM): planificación, ejecución y medición de campañas SEM.
- Contenidos, introducción a las principales plataformas de creación de comunidad: redes sociales, espacios onsite sociales, blogs, foros...
- Tipos de usuarios y sus motivaciones en cada plataforma.
- Cómo montar tu propio blog empresarial.
- Cómo sacar el máximo provecho a Facebook.
- Cómo sacar el máximo provecho a LinkedIn, Tuenti, YouTube.

PONENTE:

Cristóbal Álvarez Teruel > CEO de Sons & Social Media

04// Técnicas digitales de captación de leads [8 h.]

- El Inbound Marketing.
- La monetización del lead.
- El Customer Journey.
- El contenido como parte esencial para la captación de leads.
- Lead Scoring.
- Lead Nurturing.
- La implantación del Inbound Marketing.
- La automatización del marketing.
- Las principales soluciones y funcionalidades del Inbound Marketing.
- Las métricas básicas para la gestión de leads.

PONENTE:

Javier Urtasun > CEO de GUK

ASESORAMIENTO

Aterrizar todo el conocimiento en el proyecto, para lo cual se dotará de herramientas que permitan poner foco en lo esencial

Habrà dos tipos de asesoramiento: **presencial** y **on-line**, siempre con el mismo asesor que trabajará de forma individualizada y personalizada con el alumno. En cada sesión de asesoramiento se trabajará un tema, que permita desarrollar el **Plan de Transformación Digital de la empresa** participante, recogido en el **Plan Maestro Digital** que se suministrará a cada asesorado.



05// Comercio electrónico [8 h.]

- ¿Necesito comprar más a mis proveedores para abrir este nuevo canal?
- Cómo gestiono el stock.
- Cómo integro el inventario de ventas.
- Cómo presento el producto.
- Soluciones tecnológicas para PYMES.
- ¿Debo cobrar el envío?
- Qué pasa con las devoluciones (logística inversa).
- La atención al cliente.
- Soluciones logísticas para PYMES.
- Soluciones de call center para PYMES.
- Qué forma de pago implantar.
- ¿Es mejor una web que mi fan page?
- Cómo se integra mi tienda con la fan page.
- Para qué la web y para qué la fan page.
- Digitalización del punto de venta físico.

PONENTE:

José Luis Ferrero > Senior Manager de Philips

06// CRM y desarrollo de clientes [8 h.]

- Papel del CRM en la estrategia de negocio de la empresa.
- Diferenciación CRM vs Marketing Relacional.
- Conceptos fundamentales, tipos y aplicaciones del CRM.
- Programa de CRM: estrategia CRM, implantación tecnológica, gestión del cambio, medición y análisis de resultados.
- Evaluación de la situación de partida.
- Benchmark capacidades CRM.
- Assessment y estrategia CRM.
- Social CRM, gestión del cliente más allá de los soportes de contacto propios.
- Modelos de segmentación de clientes y personalización de oferta, contenido y canal.

PONENTE:

Asier Berraondo > CEO de Your Concept Group

07// Industria 4.0 [8 h.]

- Entender la relación entre la Transformación Digital y la Industria 4.0.
- Saber qué significa Industria 4.0, su cadena de valor y sus retos.
- Entender las claves de la Revolución 4.0.
- Significado de las tecnologías habilitadoras en la Industria 4.0 y su impacto.
- Cómo es el modelo de digitalización de una Industria.
- Cómo se integran los sistemas en la digitalización.
- Conocer qué papel realiza la Unión Europea en la Industria 4.0.
- Cuál es la situación de España en la Industria 4.0.
- Casos de estudio.

PONENTE:

Mariano Moreno > , Manager IT del Congreso de los Diputados

08// Aspectos legales en el negocio digital [8 h.]

- Los fundamentos legales para la realización de una campaña de marketing digital.
- La aplicación de la LOPD/RGPD y la LSSI en el marketing digital.
- Normativa aplicable en materia de publicidad en el ámbito estatal.
- Normativas sectoriales sobre determinados productos.
- Tratamiento de la mujer y los menores en la publicidad.
- Autorregulación: códigos de conducta, códigos éticos y códigos sectoriales.
- Propiedad Intelectual e Industrial en la publicidad digital.
- Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen en la publicidad.

PONENTE:

Pablo Fernández Burqueño > Socio-Fundador de NevTrace

TRIBUNAL + FEEDBACK

ASESORAMIENTO



SOPORTE DESARROLLO DEL PROYECTO



ELABORACIÓN DEL PROYECTO



PRESENTACIÓN ANTE TRIBUNAL DE EXPERTOS



RECEPCIÓN + FEEDBACK DE EXPERTOS



Una vez termine el asesoramiento y la empresa haya trabajado con ayuda del asesor el Plan de Transformación Digital, el asesor ayudará a elaborar el documento del proyecto que recopile en forma y fondo todo el resultado del programa.

El Proyecto de Transformación Digital será presentado por cada empresa participante ante un tribunal de expertos que los evaluará en una sesión presencial, aportando ideas y haciendo recomendaciones de valor añadido al proyecto.

Todas las recomendaciones y observaciones del tribunal de expertos se recogerán en una ficha de *feedback* que se enviará a cada empresa.

106

horas

3

meses

martes

día completo

09// Plan de viabilidad digital (ROI y LTV) [8 h.]

- Introducción a los economics del Digital Business.
- Las principales modelos de ROI (ingresos/eficiencia).
- Fundamentos relevantes para el cálculo de ingresos digitales.
- Gestión de la productividad y la eficiencia digital.
- El ámbito del OPEX y del CAPEX.
- Los principales indicadores del ROI (VAN, TIR y Payback).
- El modelo de LTV.
- Metodología de cálculo.
- Casos prácticos y calculadora ROI /LTV

PONENTE:

Jorge Lucio Sánchez > COO de i:3

10// Métricas e indicadores claves digitales [8 h.]

- Cuadro de Mando Integral para el seguimiento y gestión del proyecto.
- Cuadro de Gestión vs. Cuadro de Mando.
- Misión y visión en la organización.
- El mapa estratégico.
- Las cuatro perspectivas del CMI.
- Características del Cuadro de Mando.
- Tipos de Cuadro de Mando.
- Elaboración y contenido del Cuadro de Mando.
- Variantes, alternativas y críticas.
- Herramientas de software.
- Ejemplos de Cuadros de Mando.

PONENTE:

Asier Rebollo > Co-Funder & CMO de Your Concept Group

11// Gestión de las alianzas clave [8 h.]

- Contexto y alcance.
- El plan de ejecución.
- La organización interna y externa en la ejecución de un plan.
- Proceso de selección de proveedores.
- Tipos de relación con los proveedores.
- Migración de proveedores.
- Modelos win-win.
- Herramientas de identificación y gestión de Alianzas Clave.
- Caso práctico.

PONENTE:

Jorge Lucio Sánchez > COO de i:3

PROGRAMA Y PONENTES SUJETOS A POSIBLES MODIFICACIONES.

Dirigido a:

- > **Empresarios, directivos y emprendedores de pequeñas y medianas empresas pertenecientes a cualquier sector de actividad, que necesiten integrar en sus negocios nuevas estrategias de gestión y comercialización a través del desarrollo de medios digitales.**
- > **Profesionales que, gracias a estas disciplinas digitales, busquen incrementar las oportunidades comerciales de sus negocios, abrir nuevos canales de comercialización y comunicación y dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo de sus clientes.**
- > **Colectivos que tengan especial interés en transformar digitalmente su empresa para encontrar oportunidades de aumentar la productividad y la rentabilidad.**

EVALUACIÓN + SEGUIMIENTO **DE LA CALIDAD DEL PROGRAMA**

Cada módulo del programa y sesión de asesoramiento, serán supervisados bajo dos perspectivas:

Calidad: asegurando que las sesiones se cumplen en tiempo y forma, garantizando la expectativa y la satisfacción de la empresa en cada una de las interacciones con el asesor.

Negocio: asegurando que el contenido del **Plan de Transformación Digital** tiene coherencia y pone en realidad la viabilidad de cada uno de los proyectos realizado por los alumnos.

ESIC Madrid

//Avda. Valdenigrales s/n
//Pozuelo de Alarcón · 28223 Madrid
//admisiones@esic.edu
//91 452 41 00

//Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid
//executive@esic.edu
//91 744 40 40

ESIC Barcelona

//C/ Marià Cubí, 124 · 08021 Barcelona
//info.barcelona@esic.edu
//93 414 44 44

ESIC Valencia

//Avda. de Blasco Ibáñez, 55 · 46021 Valencia
//info.valencia@esic.edu
//96 361 48 11

ESIC Sevilla

//Edificio de la Prensa
//Avda. de Carlos III, s/n. 41092 Isla de la Cartuja (Sevilla)
//info.sevilla@esic.edu
//95 446 00 03

ESIC Zaragoza

//Vía Ibérica, 28-34. 50012 Zaragoza
//info.zaragoza@esic.edu
//976 35 07 14

ESIC Málaga

//C/ Severo Ochoa, 49
//Parque Tecnológico de Andalucía · 29590 Campanillas
//info.malaga@esic.edu
//952 02 03 69

ESIC Pamplona

//ESIC - CLUB DE MARKETING DE NAVARRA
//Avda. de Anaitasuna, 31 · 31192 Mutilva
//info.pamplona@esic.edu
//948 29 01 55

ESIC Bilbao

//CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO
//C/ Licenciado Poza, 17 · 48011 Bilbao (Vizcaya)
//formacion@camarabilbao.com
//94 470 24 86

ESIC Granada

//ESCUELA INTERNACIONAL DE GERENCIA
//C/ Eduardo Molina Fajardo, 20 · 18014 Granada
//master@esgerencia.com
//958 22 29 14

ESIC en Galicia

IESIDE Vigo

Avda. de Madrid, 60 · 36204 Vigo
vigo@ieside.edu
986 49 32 52

IESIDE A Coruña

Ronda de Nelle, 31 · 15007 A Coruña
coruna@ieside.edu
981 18 50 35

www.esic.edu

 facebook.com/esic

 twitter.com/esiceducation

 tinyurl.com/ESIC-LinKedin

 plus.google.com/+EsicEs/posts

 instagram.com/esiceducation

 youtube.com/ESICmarketing

 www.esic.edu/etrends

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 