

PROGRAMA

CURSO COMPLEMENTARIO

MARKETING DIGITAL INDUSTRIAL

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS (16 HORAS)

Iñaki Pariente. [DAYNTIC LEGAL](#)

- Introducción y marco legal. Conceptos y principios básicos en la gestión de la información.
- Los derechos de las personas en el marco de la gestión de la información en la empresa.
- La información y la transparencia como elementos esenciales.
- Evaluación de riesgos como herramienta central de la seguridad. Principales conceptos de la seguridad de los datos.
- Aplicación de la ley de Servicios de la Sociedad de la información en la empresa: herramientas de seguimiento del comportamiento de cliente en la página web de la empresa
- Casos prácticos vinculados a la empresa: la utilización de los datos en el marco del marketing digital.
- Casos prácticos sobre gestión de datos de clientes, usos de bases de datos, gestión de datos basada en CRM, etc.

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL CONTEXTO DEL SECTOR INDUSTRIAL Y ACTIVIDADES DE UTILIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN PERSONAL (8 HORAS).

Iñaki Pariente. [DAYNTIC LEGAL](#)

- Introducción y marco legal.
- La utilización de datos del personal de la empresa en un contexto altamente tecnologizado como es la industria 4.0
- Posibilidades de utilización de datos personales en entornos B2B: los datos de contacto, la legitimación para su uso.
- Estrategias indirectas de captación de clientes en formatos B2B: siempre hay una persona al otro lado de la relación comercial... ¿Puedo utilizar sus datos?
- Diversas posibilidades: email marketing, compra programática, remarketing, cookies y estrategias de reutilización de datos.
- Caso práctico de legitimación de bases de datos existentes.

MÁRKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL (40 horas)

Eva Emmanuel (UPV/EHU), Ainhoa Gómez (ISKMARK) y Gorka Goikoetxea.

- El ecosistema digital, el cliente/usuario y segmentación digital, posicionamiento y reputación online
- El plan de marketing aplicado a los negocios digitales, el plan de comunicación digital
- Herramientas de la comunicación digital (blogs, videoblogs, newsletter, ebooks, webinars, podcast, enlaces y contenidos externos..., SEO y SEM, publicidad digital, SMM (social media marketing), SMO (social media optimization), mobile marketing: SMS, apps, chatbots, geomarketing...
- Software de gestión para marketing digital: aplicaciones de gestión y diseño de contenidos web, mail marketing, SMO, SMM, monitorización de marca y social selling.
- Evaluación y control de un plan de comunicación digital: métricas y analítica digital, oportunidades y nuevos modelos de negocio en el entorno digital 3.0 y 4.0

MARKETING EN SECTORES INDUSTRIALES (8 horas)

Dr. Pedro Gómez Rodríguez UPV/EHU.

- Concepto de marketing industrial y mercados industriales.
- La singularidad de la demanda industrial y el cliente industrial.
- Marketing internacional: el papel de la internacionalización en los mercados industriales.
- Estrategias generales de marketing en mercados industriales.
- Estrategias funcionales de marketing en mercados industriales: producto, precio, distribución y comunicación.

MARKETING DIGITAL EN SECTORES INDUSTRIALES (4 horas)

Maitane Hernández. Agencia WEROI

- Marketing digital aplicado a sectores industriales.
- Gestión del canal digital en entornos B2B.
- Planificación comercial digital en entornos B2B: análisis del DAFO, entorno externo e interno digital, definición de mercado, planteamiento de objetivos, definición de estrategias de marketing digital, planificación de acciones y control.
- Integración del canal digital en los procesos de venta tradicionales B2B.
- Cuadros de mando de la gestión comercial digital B2B.
- Casos prácticos.

LA WEB Y EL BLOG CORPORATIVO EN EL SECTOR INDUSTRIAL (4 horas)

Gorka Goikoetxea

- Estructura y especificidades de la web corporativa en sectores industriales: estructura, copywriting, UX, objetivos de conversión...
- La importancia del SEO internacional para la exportación.
- Marketing de contenidos en sectores industriales: ¿es necesario un blog?
- Contenido de valor real (herramientas, descargas, simuladores, intranet de cliente, chatbots,...).
- Analítica: alineación de objetivos web y de negocio.
- Automatización de informes y toma de decisiones basadas en datos.
- Casos prácticos.

INBOUND MARKETING EN EL SECTOR INDUSTRIAL (4 horas)

Ainhoa Gómez Beltrán (ISMARK)

- Fundamentos de la metodología Inbound Marketing.
- Impulsar el crecimiento de negocio con el modelo de ciclo basado en cliente.
- Taller práctico de creación de Buyer Persona y Customer Journey en empresa Industrial.
- Automatización del marketing.
- Inbound Sales, generación y captación de leads.
- Casos prácticos.

REDES SOCIALES COMO CANAL GENERADOR DE NEGOCIO EN ENTORNOS INDUSTRIALES (4 horas)

Ainhoa Gómez Beltrán (ISMARK)

- Marketing Industrial, alineación de Marketing y Ventas en Industria dentro de LinkedIn.
- Branding y Comunicación corporativa en empresas de industria.
- LinkedIn como canal generador de leads. Inbound Sales, generación y captación de leads.
- Estrategias de internacionalización en LinkedIn en industria: Perfiles profesionales y corporativo.
- Employee Advocacy y Employer Branding en LinkedIn.
- KPIs en LinkedIn aplicados a ventas.
 - Otras Redes Sociales en Industria: Instagram, YouTube y Podcasting...
 - Casos prácticos

POWER BUSINESS INTELLIGENCE (20 HORAS)

Ana García-Serrano Echezarreta. BIKAI

- ¿Qué es el Business Intelligence? Paneles de mando y KPIs, gestionar datos para decidir mejor. Los datos y su importancia empresarial. Cuadros de mando como soporte a las decisiones.
- Power BI Desktop. Primeros pasos con Power BI Desktop.
- Transformación de datos con Power Query. Introducción a Power Query. Importar datos de orígenes externos. Transformar los datos.
- Fundamentos de Modelado. Elementos de una base de datos.
- Lenguaje DAX. Introducción a las expresiones DAX. Creación de visualizaciones.
- Caso práctico. Elaboración de un Modelo de Ventas.
- Power BI Service. Compartir y publicar un cuadro de mando.

DIGITALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN EL SECTOR INDUSTRIAL (4 HORAS)

Dr. Alberto Urrutia ([The Things Flow & UPV/EHU](#))

- La pirámide invertida de necesidades de nuestros clientes
- El precio de nuestros productos
- Canales y relaciones con el cliente en el entorno 4.0. Cross selling
- The Things Flow; sensórica inalámbrica, plataforma en la nube y computación según los principios Lean Manufacturing para incrementar la productividad de las empresas industriales
- KPIs industriales. Aplicación industrial del Business Intelligence.

(AUTO)DIAGNÓSTICO DIGITAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL (4 HORAS)

Joseba Monasterio. MIBERING

- Herramientas de diagnóstico y autodiagnóstico para conocer el grado de digitalización real y deseado, y herramientas de digitalización óptimas

APROXIMACIÓN A LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR INDUSTRIAL (14 horas)

- Aproximación al mundo de la empresa 4.0. Sesiones de acercamiento a empresas del entorno y de formación específica 4.0 en el sector industrial. Formato: Master Class, conferencias, visitas a empresas, etc., impartida por profesionales y expertos/as de los sectores: Automoción, pyme industrial, fundición, energético, renovables, consultoría, etc.

Comision Académica del Máster "Digital Management & ERP: La Gestión de la Empresa 4.0"

digitalmanagement4.0@ehu.eus

go.ehu.eus/digitalmanagement4.0

+945014369

Dra. Arantza Beitia

Profesora Titular de Universidad. Fundamentos de Análisis Ecº
Directora de Desarrollo del Campus y Relaciones Externas Campus Álava, UPV/EHU

Jorge Tejedor

Profesor de Universidad. Economía Financiera I
Responsable del Aula Virtual y Coordinador de TFM del Máster, UPV/EHU

Dr. Miguel Ángel Peña

Profesor Titular de Universidad. Economía Financiera y Contabilidad
Vicedecano Facultad de Economía y Empresa, Vitoria-Gasteiz, UPV/EHU

Dra. F. Waleska Sigüenza

Profesora Agregada de Universidad. Políticas Públicas e Historia Económica
Facultad de Economía y Empresa, Vitoria-Gasteiz, UPV/EHU



NAZIOARTEKO
BIKINTASUN
CAMPUSA
CAMPUS DE
EXCELENCIA
INTERNACIONAL

Entidades financiadoras:



Entidades colaboradoras:



Mercedes-Benz
FÁBRICA VITORIA

