

PROGRAMA

CURSO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE

MARKETING DIGITAL INDUSTRIAL

MÁRKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL (44 horas)

Eva Emmanuel (UPV/EHU), Aleyda Solís ([Aorinti](#)), 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
- Análisis SEO, estrategias y herramientas para un buen posicionamiento web
- Herramientas de la comunicación digital (blogs, videoblogs, newsletter, ebooks, webinars, podcast, enlaces y contenidos externos...), 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

INTELIGENCIA ARTIFICIAL ChatGPT para Empresas (4 HORAS).

Imanol Terán.

- Introducción, posibilidades y limitaciones.
- El papel de los PROMTs en la IA.
- Herramientas.
- Casos de Uso.

NEUROMÁRKETING (8 HORAS)

Juan Graña (Neurologyca) y Alberto Urrutia (Clicex)

- Conceptos y técnicas de neuromarketing
- Aplicación del neuromarketing en las empresas.
- El arte de lo memorable
- Estrategia digital
- Casos prácticos de aplicación en la empresa

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.

POWER BUSINESS INTELLIGENCE (20 HORAS)

Aitor Cabero (EJIE, Sociedad Informática del Gobierno Vasco)

- ¿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.

APROXIMACIÓN A LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR INDUSTRIAL (12 horas)

Mercedes-Benz, Betsaide, Telefónica-Tech, IDOM...

- 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 Mercedes-Benz, Betsaide, Telefónica-Tech, IDOM, etc., impartida por profesionales y expertos/as de los sectores: automoción, industria de la fundición, consultoría IT, etc.

CALENDARIO, HORARIO Y LUGAR DE IMPARTICIÓN

Lugar: Aula 4, Facultad Economía y Empresa (UPV/EHU), Comandante Izarduy 23, Vitoria-Gasteiz.

Horario: 17:00 – 21:00, martes, jueves y viernes. Periodo docente: 16/01/2024 -22/03/2024

Contacto: digitalmanagement4.0@ehu.eus

Duración: 120 horas (reconocimiento académico: 12 ECTS).

Matrícula: 660 €

enero - 2024			febrero - 2024			marzo - 2024		
Mar	Jue	Vie	Mar	Jue	Vie	Mar	Jue	Vie
16/01/2024 Márketing Digital Eva Emmanuel	18/01/2024 Márketing Digital Eva Emmanuel	19/01/2024 Mkt Industrial Pedro Gómez	06/02/2024 Márketing Digital (Neuromarketing) Alberto Urrutia	08/02/2024 Márketing Digital (Neuromarketing) Juan Graña	09/02/2024 VISITA A MERCEDES BENZ Planta Vitoria	05/03/2024 Business Intelligence (Power BI) Ainhoa Gómez	07/03/2024 Inteligencia Artificial Imanol Terán	08/03/2024 RRSS Industrial Ainhoa Gómez
23/01/2024 Márketing Digital Eva Emmanuel	25/01/2024 Márketing Digital Eva Emmanuel	26/01/2024 Mkt Industrial Pedro Gómez	13/02/2024 Márketing Digital (Analítica Digital) G. Goikoetxea	15/02/2024 Márketing Digital (Analítica Digital) G. Goikoetxea	16/02/2024 Web y Blog Indust Gorka Goikoetxea	12/03/2024 Márketing Digital (Software Gestión) Ainhoa Gómez	14/03/2024 Márketing Digital (Software Gestión) Ainhoa Gómez	15/03/2024 Inbound Mkt Ainhoa Gómez
30/01/2024 Márketing Digital Eva Emmanuel	01/02/2024 Márketing Digital Eva Emmanuel	02/02/2024 Márketing Digital Industrial Maitane Hdez	20/02/2024 Business Intelligence (MS Power BI) Iñaki Pariente	22/02/2024 Business Intelligence (MS Power BI) Iñaki Pariente	23/02/2024 Gest Inf Sect Ind Iñaki Pariente	19/03/2024 Márketing Digital (Analítica Digital) Aleyda Solis	21/03/2024 Consultoría 4.0 IDOM	22/03/2024 VISITA A BETSAIDE & TELEFÓNICA TECH
			27/02/2024 Business Intelligence (MS Power BI) Iñaki Pariente	29/02/2024 Business Intelligence (MS Power BI) Iñaki Pariente	01/03/2024 Gest Inf Sect Ind Iñaki Pariente			

CONTACTO

Dra. Arantza Beitia

Profesora Titular de Universidad. Dpto. Análisis Económico
Vicedecana de Prácticas y Calidad de la Facultad de Econ & Empresa
Co-Directora del Máster Digital Management & ERP (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.
Actuario de Seguros
Co-Director del Máster Digital Management & ERP (UPV/EHU)

Eva Emmanuel

Profesora de Universidad. Economía Financiera II
Coordinadora Área Marketing Digital, UPV/EHU

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

digitalmanagement4.0@ehu.eus
go.ehu.eus/digitalmanagement4.0
+945014369



Entidades financiadoras:



Entidades colaboradoras:

