



T A L E N T
REVOLUTION

ÍNDICE DE CURSO

PROGRAMA NEGOCIO DIGITAL
5 MÓDULOS - 42 CLASES

Índice General

Ecosistema digital

Tecnología digital

Innovación digital

Marketing digital

Talento digital

MÓDULO 1

Ecosistema digital

CLASE 1

Ecosistema de la Economía Digital

1. Introducción
2. Contextualización de la Economía Digital
3. ¿Qué es la Economía Digital?
4. Estrategia e Innovación Digital
5. Cadena de Valor Digital y Visión Global

CLASE 2

El Cliente Digital

1. Áreas de la Empresa para adaptarse al Cliente Digital
2. Consumo Digital

CLASE 3

La Empresa Digital 1/2

1. Introducción
2. La Estructura de una Empresa Digital
3. Cuatro tipos de Organizaciones Digitales

CLASE 4

La Empresa Digital 2/2

1. Diseño Organizacional
2. Rasgos de las Organizaciones Ágiles
3. Cambios de Mentalidad para Organizaciones Ágiles

CLASE 5

Modelos de Negocio Digitales

1. ¿Qué es un modelo de negocio digital?
2. Amazon. El Modelo Digital que está cambiando el mundo

Empresas de Nueva Creación con base tecnológica

1. Las StartUp

Finanzas en el Entorno Digital

2. Las Fintech

CLASE 6

El Modelo Operativo para el Mundo Digital

1. El Modelo Operativo de próxima generación
2. Análisis de los nuevos Modelos Operativos

Economía de plataforma

1. ¿Qué es la Economía de Plataforma?
2. Los Actores de esta tendencia

Implicaciones Sociales de la Transformación Digital

1. Contexto Social de la Transformación Digital

CLASE 7

Transformación Digital de los Sectores Clave (1/2)

CLASE 8

Transformación Digital de los Sectores Clave (2/2)

CLASE 9

Principal Estrategia de las Empresas para Atraer y Conservar a sus Clientes

1. ¿Qué es la estrategia omnicanal?
2. El poder de lo inmediato en la estrategia omnicanal
3. Conocer el Customer Journey para la estrategia omnicanal

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

CASO PRÁCTICO

Caso Práctico: Digital Business

1. Digital Business
2. Solucionario

MÓDULO 2

Tecnología digital

- **CLASE 10**
- Panorama actual y Tendencias de Tecnologías Disruptivas (1/2)
- 1. Introducción
- 2. Aceleradores Tecnológicos para Impulsar la Transformación Digital
-
- **CLASE 11**
- Panorama actual y Tendencias de Tecnologías Disruptivas (2/2)
- 1. ¿Qué es una Tendencia Tecnológica Estratégica? Potencial Disruptivo vs. Tecnologías emergentes para impactar en los Negocios
- 2. Efectos que tiene la Tecnología Disruptiva en las Empresas Actuales
-
- **CLASE 12**
- Tendencias Tecnológicas que impactan en las Estrategias de Innovación (1/2)
- 1. Introducción
- 2. Nuevas Tecnologías Emergentes
-
- **CLASE 13**
- Tendencias Tecnológicas que impactan en las Estrategias de Innovación (2/2)
- 1. El Ciclo de Sobreexpectación
- 2. Tecnologías que están transformando las Industrias
-
- **CLASE 14**
- Modelos de Negocio Disruptivos: Movilidad, Plataformas Digitales y Productos Conectados (1/2)
- 1. Introducción
- 2. Tecnologías que impactan en Modelos Disruptivos
- 3. Movilidad
-
- **CLASE 15**
- Modelos de Negocio Disruptivos: Movilidad, Plataformas Digitales y Productos Conectados (2/2)
- 1. Plataformas Digitales
- 2. Un nuevo Modelo de Negocio. Servitización mejorada con Tecnología
- 3. Caso de uso de Producto conectado: Rolls Royce Pay by the Hour y Total Care

- **CLASE 16**
- API de la Economía. El motor de la Innovación Tecnológica
- 1. ¿Qué es API?
- 2. El Nuevo Ecosistema de Negocios. La Economía API
-
- Recursos de interés
-
- **ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN**
-
- **CASO PRÁCTICO**
- Caso Práctico: Digital Technology
- 1. Digital Technology
- 2. Solucionario

MÓDULO 3

Innovación digital

- **CLASE 17**
- La Innovación en la Estrategia Empresarial
- 1. Introducción
- 2. La importancia de innovar
- 3. Tipos de innovación empresarial en la actualidad
- 4. La gestión de la innovación en las empresas
- 5. Las 30 empresas más innovadoras
-
- **CLASE 18**
- Crear Cultura de Innovación en las Organizaciones
- 1. Introducción
- 2. La innovación como proceso de transformación
- 3. Un modelo de cultura de innovación
- 4. Desarrollo de la estrategia y la cultura de innovación
- 5. Eficiencia operativa e innovación
-
- **CLASE 19**
- Desarrollar el Potencial Creativo de la Organización
- 1. Introducción
- 2. La creatividad en la organización como capacidad aprendida
-

- **CLASE 20**
- Liderazgo en la Innovación: Creación y Desarrollo de Equipos de Innovación
- 1. Introducción
- 2. Características de un equipo de innovación
- 3. Liderazgo transaccional vs Liderazgo transformador
- 4. Competencias “soft” y “hard” de un líder transformador
- 5. El proceso para construir un equipo de innovación
-
- **CLASE 21**
- Design Thinking. Pensamiento de Diseño para la Innovación Empresarial
- 1. Introducción
- 2. Exploración de necesidades
- 3. Generación y evaluación de ideas y conceptos
- 4. Los parámetros de diseño de un proyecto de co-creación con los consumidores
-
- **CLASE 22**
- Innovar en el Modelo de Negocio
- 1. Introducción
- 2. Business Model Canvas
- 3. Lean Canvas
-
- **CLASE 23**
- Metodologías Ágiles aplicadas a la Innovación (1/3)
- 1. Introducción
- 2. Lean Startup
- 3. Agile Project Management
-
- **CLASE 24**
- Metodologías Ágiles aplicadas a la Innovación (2/3)
- 1. Scrum I. Qué es Scrum
- 2. Scrum II. Roles Equipo
- 3. Scrum III. Ejemplo Proceso
-
- **CLASE 25**
- Metodologías Ágiles aplicadas a la Innovación (3/3)
- 1. Kanban
-
- **CLASE 26**
- El ROI de la Innovación
- 1. Introducción
- 2. El Funnel de la innovación
- 3. Indicadores para medir el resultado de la innovación
- 4. Innovación abierta (Innovación abierta)

- ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

CASO PRÁCTICO

Caso Práctico: Digital Innovation

1. Digital Innovation
2. Solucionario

MÓDULO 4

Marketing digital

CLASE 27

Marketing, Organización y Digital Planning

1. Introducción
2. Diseño y Creación del Plan de Marketing Digital
3. Herramientas de investigación de mercados
4. Marketing legal y contenidos
5. Planificación y contratación de medios digitales
6. Análisis del retorno de la inversión en un plan de marketing digital

CLASE 28

Buyer Persona: El factor clave en tu Estrategia de Marketing y Ventas

1. Introducción
2. Qué es el buyer persona
3. El proceso de compra y el funnel
4. Buyer persona vs target
5. Buyer persona: tipos
6. Paso a paso en la creación del Buyer Persona

Consumer Insight o cómo entrar en la mente del Consumidor

1. ¿Qué es un Insight?
2. ¿Cómo identificar un Insight?
3. ¿En qué puede beneficiarte encontrar un buen Insight?
4. Ejemplos para entender qué es un Insight

- **CLASE 29**

- Experiencia del cliente vs Experiencia del usuario
- Customer Journey Digital: qué es y cómo definirlo en tu
- Estrategia
- Web Marketing: usabilidad y SEO
- 1. Introducción
- 2. Usabilidad: cómo hacer productos digitales focalizados en el
- usuario
- 3. Análisis web: cómo medir y optimizar el posicionamiento natural
- de los procesos críticos de una web
- 4. Métrica, optimización SEO y gestión de proyectos
- 5. El ROI digital: fundamentos y cuestiones generales

- **CLASE 30**

- Creatividad Digital y SEM
- 1. Introducción
- 2. Marketing de motores de búsqueda (SEM): conceptos básicos,
- opciones y puntos clave estratégicos en SEM
- 3. Marketing en buscadores (SEM): optimización y reportes

- **CLASE 31**

- Gestión de la Reputación Online (ORM)
- 1. Introducción
- 2. Blog corporativo y Twitter
- 3. Analítica de redes sociales
- 4. LinkedIn y las estrategias B2B
- 5. Visión analítica web
- 6. Tipos de herramientas
- 7. Google Analytics

- **CLASE 32**

- Medios Digitales Actuales y Emergentes
- 1. Introducción
- 2. E-mail marketing
- 3. Mobile marketing
- 4. Geolocalización: de lo local a lo universal

- **CLASE 33**

- E-Commerce
- 1. Introducción
- 2. Plan estratégico de e-commerce
- 3. Soluciones tecnológicas para crear tiendas online
- 4. Cómo optimizar el embudo de ventas en el e-commerce
- 5. Cómo lograr e incrementar las ventas a clientes en e-commerce
- 6. Pagos online y a través del móvil para e-commerce
- Opciones Avanzadas en Google Adwords

- **CLASE 34**

-
- Inbound Marketing. Marketing de Contenidos
- Estrategia de Redes Sociales
- 1. Introducción
- 2. Principales redes sociales de ocio y profesionales
-

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

-
- **CASO PRÁCTICO**
- Caso Práctico: Digital Marketing
- 1. Digital Marketing
- 2. Solucionario

MÓDULO 5

Talento Digital

CLASE 35

La Gestión del Talento en la Economía Digital. El Employer Branding (1/2)

- 1 Introducción
- 2 El Efecto de la Innovación y velocidad de Cambio en la Gestión del Talento

CLASE 36

La Gestión del Talento en la Economía Digital. El Employer Branding (2/2)

- 1 La Gestión del Talento como parte del Roadmap de la Transformación Digital

CLASE 37

Nuevos Perfiles Digitales

- 1 Introducción
- 2 Disciplinas Digitales en la Dirección, Gestión y Organización
- 3 Disciplinas Relacionadas con la Gestión Digital de Proyectos

CLASE 38

Gestión de la relación con Personas en Entornos Digitales (1/2)

- 1 Introducción
- 2 Planificación de la Estrategia de Gestión de la Relación Digital con las Personas
-

CLASE 39

Gestión de la relación con Personas en Entornos Digitales 2/2)

- 1 El Poder de la Influencia como Personas y no como Profesionales
- 2 Nuevos Modelos de Trabajo. Knowmads vs Presenciales
- 3 Modelos de Gestión de Subcontratación: Outsourcing, Outtasking, Crowdsourcing
- 4 Gestión de Equipos remotos: del Control a la Confianza

CLASE 40

Los Nuevos Modelos de Localización, Atracción, Selección y Fidelización del Talento en Entornos Digitales

- 1 Introducción
- 2 Estrategias de Atracción. El Poder de mi Marca
- 3 Comunicación: Canales y Mensajes
- 4 Employer y Employee Branding
- 5 La Internalización del Talento

CLASE 41

Social Media Management en la Gestión del Talento

- 1 Introducción
- 2 Social Media Strategy: la Integración de las principales Redes Sociales en la Estrategia de Gestión de Personas
- 3 Cómo Diseñar un Proyecto de Gestión de Personas en Redes y Medios Sociales
- 4 Cómo Diseñar Estrategias de Employer Branding efectivas, panorámicas y personalizadas

CLASE 42

Transformar la Cultura Corporativa

- 1 Cultura Corporativa, el Primer Paso de la Transformación Digital
- 2 Contexto Generacional, de los Millenials a los 50+

Uso de Herramientas Digitales en la Gestión del Talento

- 1 Introducción
- 2 LinkedIn
- 3 Twitter

ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN

CASO PRÁCTICO

Caso Practico: Digital Talent

1 Digital Talent

2 Solucionario

-
-
-