

SMPDB

SENIOR MANAGEMENT PROGRAM IN DIGITAL BUSINESS

INTEGRA EL MUNDO
DIGITAL EN TU
ESTRATEGIA
EMPRESARIAL

*Forma parte
del cambio*

 **ESIC**
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

ICEMD
INSTITUTO ECONOMÍA
DIGITAL | 

El Senior Management Program in Digital Business te ayudará, desde un punto de vista estratégico a entender las oportunidades y retos del entorno digital

Dirigido a...

► **El Senior Management Program in Digital Business está dirigido a directivos con más de 15 años de experiencia y responsabilidad en la estrategia de sus empresas.**

- **Directores generales, CEOs y Presidentes** de compañías medianas y analógicas.
- **Directivos de empresas medianas y grandes**, responsables de unidades de negocio o áreas funcionales con peso en la estrategia empresarial.
- **Directivos de áreas funcionales**, que quieran especializarse en el mundo digital para acceder a la alta dirección más rápidamente.
- **Miembros de Consejos de Administración, consejeros profesionales, consejeros independientes** ... que quieran formarse en un campo crítico para muchas compañías.
- **Ex directores generales, ex CEOs...** que quieran reciclarse y mejorar su empleabilidad.

Objetivos



Comprender qué es la economía digital, cómo funciona y su impacto en las organizaciones actuales



Conocer las variables clave del mundo online: terminología, tecnologías, canales y aplicaciones



Identificar y entender las implicaciones y oportunidades de las disciplinas digitales



Conocer las claves de la Gestión Empresarial Digital: finanzas, rrhh, comunicación...



Desarrollar una Estrategia Empresarial sólida destinada a entornos digitales



Crear un Plan de Marketing Digital para conquistar nuevos clientes digitales y fidelizarlos



Aprender a implementar nuevos canales de venta y e-commerce



Impulsar la innovación y transformación de la compañía gracias a las disciplinas digitales

Impulsa la digitalización de tu compañía

Los máximos responsables de la gestión de empresas deben estar al día de los retos y oportunidades de la nueva economía digital. En sus manos está el futuro de su compañía y por eso deben estar seguros de que toman las decisiones estratégicas correctas.

los procesos implicados en él, incidiendo en aquellos aspectos y áreas más importantes para impulsar la digitalización de la empresa: marketing, finanzas, rrhh, innovación, e-commerce...

El SPDB es una gran oportunidad para entender y aprovechar las nuevas disciplinas digitales. Un Programa Intensivo destinado a comprender el entorno digital actual y todos

Con una metodología de aprendizaje basada en la práctica con casos reales y liderada por expertos digitales en activo, el SMPDB es la mejor opción para liderar con éxito la digitalización de tu compañía.

La digitalización esta teniendo un poder transformador en las organizaciones. Este cambio afecta a numerosas áreas de la empresa de manera dramática y tiene implicaciones en la gestión diaria y en la evolución de los negocios a corto plazo. Conocer el impacto, las técnicas, y las tendencias de la digitalización en el management es imprescindible para los directivos del siglo XXI. El SMPDB permite conocer de manera global las implicaciones de la digitalización en los recursos, las finanzas, el marketing o las ventas y conocer las ventajas competitivas que aportan a la empresa. El ecommerce, social media, marketing digital, RR.HH. 2.0 son algunos de los elementos sobre los que los participantes podrán profundizar en un programa solo para directivos senior.

Manuel Balsera,

Founder of Start Digital Media, iTrain, iMentor and PIP y Director del Senior Management Program in Digital Business.



El profesorado del Senior Management Program in Digital Business de ICEMD, Instituto de la Economía Digital de ESIC, está compuesto por una selección de más de 400 profesionales, que trabajan a diario en las disciplinas que imparten.

Algunos componentes del claustro del SMPDB

Manuel Balsera	Founder of Start Digital Media, iTrain, iMentor and P1P
Javier de Paz Lagar	Socio Líder Solución Customer de PwC
Angel Luis Santos Blanco	Jefe Auditoria Interna Corporativa de Telefónica
José Luis Ferrero	Senior Manager eCommerce & Business Development de Philips
José María Visconti	Jefe de Marketing e-business & trade marketing, Personal Safety Division de 3M España
Alberto Sáez Vila	Jefe Proyectos Digitales e Innovación de Repsol
Marcos García Blanco	Director Ejecutivo y Socio Fundador Gestazion.com
José Antonio Ortega	Gerente de New Career de PwC
Raúl Mata Jiménez	Fundador y Presidente de egauss Business Hold

Claustro sujeto a posibles modificaciones

Programa completo

1 Ecosistema de la Economía Digital

Sesión de introducción a los elementos fundamentales del ecosistema digital, sus magnitudes principales, tendencias y aspectos de modelo, cadena de valor y condicionantes legales.

- El ecosistema digital.
- El cliente digital.
- Modelos de negocio digital.
- Estrategia e Innovación Digital.
- Cadena de valor digital, visión global.
- Benchmark, mercado y tecnologías.
- Aspectos legales fundamentales.

2 Dirección de Marketing Digital

Sesiones dedicadas a la planificación y desarrollo de los instrumentos y elementos fundamentales que debe incluir un plan de marketing en el ámbito digital con especial atención a la estrategia en buscadores, formatos de contacto directo, uso de dispositivos y la omnicanalidad en el desarrollo de acciones de marketing.

- Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital.
- Web Marketing, usabilidad y analítica.
- Search Engine Optimization (SEO): Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural.
- Cómo planificar y optimizar campañas SEM.
- E-mail marketing y Affiliate Marketing.
- Display Advertising y Rich Media.
- La integración de las Redes Sociales en nuestro plan de medios digital.
- Mobile & Proximity Marketing.
- Internet TV y Televisión Interactiva.
- Integración de contenidos multiplataforma: TV, internet y móvil.
- Campañas multiplataforma, multisegmento, multipersonalización.
- Publicidad en Televisión Digital.
- Las capacidades y oportunidades de la televisión interactiva.

3 Gestión de la Relación de Clientes en entornos digitales

Gestión de la Relación de Clientes en entornos digitales: el ciclo de vida del cliente en el entorno digital, las estrategias de fidelización, retención y de CRM en el ámbito de las ventas, social media y customer journey.

- Análisis y Planificación de una Estrategia de Gestión de la Relación con el cliente.
- Cómo crear y explotar una base de datos de marketing de calidad.
- Generar y cualificar leads en Marketing Digital.
- Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet.
- Automatización en la gestión y seguimiento de procesos en Fuerza de Ventas y Punto de Venta.
- La Gestión de interacciones con el Cliente a través de Redes Sociales.
- La Implementación, Medición y Optimización de la estrategia CRM / CEM.
- Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital.

4 Social Media Management

La sesión se centra desarrollo de la actividad en entornos sociales de la organización. Utilización y segmentación de los canales de comunicación e interacción y definición de las reglas, características aplicadas al management.

- Social Media Strategy: la integración de las principales redes sociales en objetivos y estrategias de negocio.
- Centrando el objetivo: ¿cuándo se realiza una proyecto de marketing en redes y medios sociales?
- Beneficios concretos: alcance de objetivos, control y medición de resultados.
- Redes sociales de ocio y profesionales.
- Medios sociales: hablemos de blogs Sindicación de contenido y podcasts.

5 Comercio Electrónico

Sesión centrada en el conocimiento de los elementos centrales a considerar en la implantación de una estructura y operación de e-commerce en la empresa. Criterios, variables y elementos a considerar desde la perspectiva electrónica y analógica.

- Cómo Planificar y Desarrollar un Plan Estratégico de Comercio Electrónico.
- La estructura tecnológica en e-commerce.
- Las claves para la construcción de una website de éxito en comercio electrónico.
- Cómo lograr e incrementar las ventas de clientes en Comercio Electrónico.
- Medios de pago online.
- Gestionar el Fulfillment y la Logística en el comercio electrónico de productos físicos.
- Internacionalización.
- La involucración e integración de la organización comercial y los puntos de venta en el comercio electrónico.
- Análisis Financiero en comercio electrónico.

6 Dirección y Gestión del Talento en entornos digitales

Una sesión dedicada a los nuevos perfiles en el ámbito digital y las nuevas fórmulas de relación profesional en los RR.HH 2.0.

- Nuevas formas de Organización y de Estructuras.
- Modelos de gestión digital en: Grandes Empresas, PYMES y Emprendedores.
- Los nuevos perfiles, funciones y gestión.
- Modelos de gestión de subcontratación: Outsourcing, Outtasking y Crowsourcing.
- Productividad, puesta en valor del recurso y motivación de empleados.
- Sistemas retributivos y de vinculación.
- Tecnologías y Sistemas facilitadoras para la gestión RRHH 2.0.
- Liderazgo y coaching en compañías digitales.

7 Finanzas en el entorno digital

Los cambios en la estructura de CAPEX y OPEX y los nuevos instrumentos financieros creados para el desarrollo de iniciativas y operaciones digitales son los protagonistas de una sesión centrada en la gestión financiera de proyectos y empresas en internet.

- Fundamentos financieros en empresas digitales.
- Entendiendo el CAPEX y el OPEX de un modelo de negocio digital y costes, márgenes, intensidad financiera vs capital humano.
- Gestión Financiera desde el punto de vista de la gestión de compras.
- Gestión Financiera desde la óptica de las ventas.
- Gestión Financiera en el impacto del CAPEX en IT.

8 Dirección de Operaciones y Proyectos en entornos digitales

Las herramientas de gestión de proyectos aplicadas a dinámicas de lanzamiento y gestión digital. KPIs, gestión del tiempo y gestión continua son los elementos centrales de esta sesión.

- Introducción a las metodologías de gestión digital. Herramientas metodológicas.
- Principales metodologías de los principales actores digitales del mercado.
- Recorrido de las metodologías a través de casos prácticos.
- La identificación de oportunidades digitales en la cadena de valor.
- El diseño de las soluciones digitales en los procesos, sistemas y organizaciones.
- El plan de acciones y gestión de palancas en digitalización de compañías.
- Modelos de gestión continua (Comunidades Corporativas; Beta constante, Intranet sociales).

9 Emprendimiento e intra-emprendimiento

El desarrollo de iniciativas desde la compañía o como proyectos independientes y digitales en su génesis son los ejes de una sesión centrada en aspectos como la gestión de innovación, el desarrollo de canvas y lean start up process, así como las fórmulas económicas de financiación.

- Cómo emprender tu propio negocio digital.
- Cómo incorporar el emprendimiento dentro de una compañía.
- Cómo elaborar un Business Plan Digital.
- Cómo presentar un Business Plan.
- Valoración de la Compañía. Diferentes tipos de capital: Start-ups (capital semilla), Transformación (capital de crecimiento) y Consolidación.
- Tipos de capital y financiación.
- Aspectos administrativos y legales.

10 Innovación y Transformación

La palanca digital permite desarrollar nuevas fórmulas, productos, servicios e iniciativas que conviven o desarrollan oportunidades para transformar modelos tradicionales y cuestionar la manera tradicional de acercarse al mercado. Esta sesión convierte el pensamiento lateral y la innovación en el centro de las organizaciones 2.0.

- Oportunidades de Transformación e innovación.
- Cómo impulsar la transformación de una compañía.
- Nuevos y emergentes modelos de negocio. Estrategia Multichannel.
- La integración de negocio de distribución tradicional con el e-commerce.
- Cómo vender de manera activa online sin poner en riesgo el grueso del negocio.
- Modelos de negocio de los e-marketplaces.
- Los metabuscadores.
- La integración del consumidor en la cadena de valor del e-commerce: e-crowdsourcing.
- Análisis en profundidad de modelos de innovación: en la industria del marketing digital, en la industria del contenido y modelos de negocio basados en comunidades.
- Cómo impulsar la transformación de una compañía: cambios en estructura, en procesos, cultura y formación.

Programa sujeto a posibles modificaciones.

El Senior Management Program in Digital Business en ICEMD



Workshops de capacitación

En cada sesión un experto compartirá con los asistentes los conocimientos más relevantes y estratégicos de la realidad de la dirección, gestión, organización, innovación y transformación de una compañía.



Aula Virtual

Plataforma online para comunicarse con profesores y compañeros, acceder a documentación y recursos (vídeos, e-books, bibliografía, links, etc) y reunirse de forma virtual gracias a nuestra herramienta web conference.



Pre-works

Antes de cada sesión presencial, los profesores compartirán con los asistentes un caso/documento para su lectura y/o realización, con el fin de ser debatido y analizado durante el desarrollo de la sesión.



Documentación de estudio

Cada módulo tendrá sus propios e-books a disposición del asistente, con documentación detallada sobre las distintas materias planteadas durante el mismo.

Por qué estudiar en ICEMD, el Instituto de la Economía Digital de ESIC



Networking

Los alumnos entran en el Banco de Profesionales ICEMD, referencia obligada para empresas que buscan talento en disciplinas de Economía Digital; y en el Departamento de Carreras Profesionales ESIC, que gestiona acuerdos con más de 8.000 empresas y tramita más de 3.500 ofertas profesionales al año.



Experiencia e innovación

Experiencia avalada por los 20 años y más de 6.000 alumnos de ICEMD, y los 50 años y más de 38.000 alumnos de ESIC Business & Marketing School. Una amplia trayectoria siempre en constante innovación, investigando y adoptando las disciplinas y metodologías de estudio necesarias para formar al empresariado del futuro.



Ecosistema ICEMD

ICEMD es la puerta de entrada a multitud de servicios para profesionales y empresas, que desarrollan o quieren desarrollar su actividad en un contexto de fuerte vinculación con la Economía Digital.



El cóctel intelectual del programa SMPDB es robusto y consistente. Más allá de ayudar a superar los complejos y las angustias tecnológicas de los que no son nativos digitales, supone una oportunidad extraordinaria para zambullirse en la era digital y conocer de primera mano -entre otros aspectos- desde los nuevos modelos de negocio en internet a cómo tener éxito en e-commerce, la gestión de las redes sociales, cómo gestionar el talento en el entorno digital o visualizar las tendencias del nuevo marketing y la nueva comunicación. Creo que el programa por su configuración y por sus contenidos, es innovador en el sentido de que te permite vislumbrar el futuro donde otros todavía no lo hacen ya que desde hace tiempo parece claro que la era digital ha llegado para quedarse definitivamente entre nosotros.

Máximo Taranilla, antiguo alumno del SMPDB
Departamento de Formación en Enresa

MADRID
902 918 912
admisiones@icemd.com

BARCELONA
934144444
info@ismarketing.com

VALENCIA
96 339 02 31
info.valencia@esic.edu

NAVARRA
948 29 01 55
info.pamplona@esic.edu

ZARAGOZA
976 35 07 14
info.zaragoza@esic.edu

SEVILLA
95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

BILBAO
94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

MÁLAGA
95 202 03 67/69
info.malaga@esic.edu



Esic
icemd



@EsicEducation
@icemd



tinyurl.com/ESIC-Linkedin
linkd.in/ICEMD



ESICmarketing
CanalICEMD



esic
icemd



icemd



+EsicEs

SMPDB

www.esic.edu
www.icemd.com

*Forma parte
del cambio*

ICEMD
INSTITUTO ECONOMÍA DIGITAL | **ESIC**

ESIC
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL