Masters Profesionales

Master CRM y Marketing Relacional

INESEM BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Master CRM y Marketing Relacional

1. Sobre INESEM

2. Master CRM y Marketing Relacional

Descripción / Para que te prepara / Salidas Laborales / Resumen / A quién va dirigido / Objetivos

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL

INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***

Master CRM y Marketing Relacional

DURACIÓN	1500
PRECIO	1895 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:

INESEM BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Masters Profesionales

- Título Propio del Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM) “Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad.”

Resumen

La gestión global del cliente es un factor clave del éxito en un entorno cada vez más globalizado y competitivo. Cuando la calidad de los productos y los servicios y sus costes no son motivo suficiente de diferenciación, el CRM y el marketing relacional pasa a ser un elemento clave en el desarrollo de una estrategia potente para distinguirse. Los principales objetivos de una compañía son obtener el reconocimiento y posicionarse, por este motivo, gestionar correctamente las bases de datos y las experiencias de compra de los clientes son fundamentales para quienes quieren crecer y adquirir solidez, pero también para los que buscan mantener el liderazgo en su sector. Por este motivo, el Master en Marketing Relacional y CRM te capacitará para construir una relación rentable y sólida con su entorno de clientes.

A quién va dirigido

El Master en CRM y Marketing Relacional está dirigido a quienes posean un grado o título equivalente en Investigación y Técnicas de Mercado, Publicidad y Relaciones Públicas, cualquier titulación o profesional con experiencia en el sector de comercial o toda aquella persona que desee ampliar o adquirir conocimientos pertenecientes al sector del comercio.

Objetivos

Con el Masters Profesionales **Master CRM y Marketing Relacional** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Alcanzar una visión global y estratégica de los consumidores de las marcas.
- Desarrollar un proceso completo de construcción de productos personalizados y de innovación a través de la fidelización.
- Plantear y desarrollar microproyectos puntuales y un proyecto global de innovación.
- Conocer la complejidad y el entorno digital y físico en el que opera un producto o servicio
- Implementar la estrategia correcta de atención al cliente y su experiencia de compra.
- Aprender las nociones fundamentales para la creación de valor de una compañía.
- Conocer las barreras legales de los negocios online y todo lo relacionado con la privacidad y protección de datos

¿Y, después?

Para qué te prepara

El Master en CRM y Marketing Relacional te prepara para entender la importancia del marketing y la comunicación dentro de la estrategia empresarial. Adquirirás una sólida base de conocimientos sobre el marketing personalizado, la estrategia de marca y el plan de comunicación. Desde el punto de vista del cliente tratarás las estrategias de fidelización, la segmentación y la atención al cliente. También contarás con herramientas de métrica online, posicionamiento y otras herramientas de obtención y análisis de datos.

Salidas Laborales

Gracias al Master en CRM y Marketing Relacional estarás capacitado para desarrollar tu carrera profesional en puestos laborales como publicista, gestor de contenidos, social media manager, planificador estratégico de clientes, dinamizador de comunidades online, supervisor de reputación ante los consumidores, gestor de comercios online, entre otros.

¿Por qué elegir INESEM?

El alumno es el protagonista

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.

Innovación y Calidad

02

Ofrecemos un servicio de orientación profesional y programas de entrenamiento de competencias con el que ayudamos a nuestros alumnos a crear y optimizar su perfil profesional.

Empleabilidad y desarrollo profesional

03

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

INESEM Orienta

04

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.

Facilidades Económicas y Financieras

05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.

$

Módulo 1. **Evolución del papel del marketing dentro de la estrategia empresarial**

Módulo 2. **Componentes del marketing digital**

Módulo 3. **Marketing relacional**

Módulo 4. **Customer relationship management**

Módulo 5. **E-commerce**

Módulo 6. **Régimen jurídico del marketing digital**

Módulo 7. **Proyecto fin de master**

Módulo 1.
Evolución del papel del marketing dentro de la estrategia empresarial

Unidad didáctica 1.
El papel del marketing dentro de la estrategia empresarial

1. Orientación al consumidor
2. Orientación a la competencia
3. Orientación interna

Unidad didáctica 2.
Customer relationship management (crm)

1. Marketing de relaciones
2. Del CRM al e-CRM
3. Estrategia de atención al cliente
4. Optimización en la gestión del Marketing Relacional
5. Real Time Management
6. Social CRM y Generación de leads

Unidad didáctica 3.
Marketing y dirección estratégica

1. Funciones del marketing estratégico
2. Funciones del marketing operativo
3. Estrategias en marketing digital

Unidad didáctica 4.
Sistema de información de marketing

1. Componentes del SIM
2. Concepto, objetivo y aplicaciones de la investigación en marketing

Módulo 2.
Componentes del marketing digital

Unidad didáctica 1.
El marketing mix en las empresas digitales

1. Producto
2. Precio
3. Distribución
4. Comunicación

Unidad didáctica 2.
Comportamiento de los usuarios de internet

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. La respuesta del internauta a los estímulos de marketing
3. Construir una estrategia adaptada al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

Unidad didáctica 3.
Branding y posicionamiento en internet

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

Unidad didáctica 4.
El plan de marketing digital

1. El plan de marketing digital
2. Análisis de la competencia
3. Análisis de la demanda
4. DAFO, la situación actual
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento, competitiva y de crecimiento
7. Posicionamiento e imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

Módulo 3.
Marketing relacional

Unidad didáctica 1.
Conceptualización del marketing relacional

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

Unidad didáctica 2.
La fidelización del cliente como base del marketing relacional

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

Unidad didáctica 3.
Fidelización de clientes online

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

Unidad didáctica 4.
Herramientas de análisis en los programas de fidelización

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

Unidad didáctica 5.
La segmentación de clientes como principal herramienta para conocer al cliente

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

Unidad didáctica 6.
Métricas en marketing relacional

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

Unidad didáctica 7.
Generación de leads

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

Módulo 4.
Customer relationship management

Unidad didáctica 1.
El papel del crm en la empresa

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

Unidad didáctica 2.
La estrategia crm

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

Unidad didáctica 3.
El ecrm

1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
2. Social CRM
3. Componentes del eCRM
4. Implantación del eCRM

Unidad didáctica 4.
Del crm al cem

1. Customer Relationship Management vs. Customer Experience Management
2. La experiencia vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossumer & Crowdsourcing
5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

Unidad didáctica 5.
Beneficios de una estrategia crm en la empresa

1. Lealtad y fidelidad de los clientes
2. Reducción del coste por cliente nuevo
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficiencia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. No existen duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro target

Unidad didáctica 6.
Beneficios de una estrategia crm para el cliente

1. La empresa conoce las necesidades del cliente
2. Aumento en la satisfacción del cliente
3. Trato personalizado con el cliente
4. Cliente único en la base de datos
5. Mejora del servicio prestado al cliente

Unidad didáctica 7.
Áreas principales del crm

1. Servicio al cliente
2. La estructura del Call Center
3. Tipos de Call Center
4. La función del CRM para el Call Center
5. El sistema de automatización de ventas

Módulo 5.
E-commerce

Unidad didáctica 1.
Introducción al comercio electrónico

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

Unidad didáctica 2.
Principales plataformas

1. Principales plataformas
2. Gestión estratégica
3. Plataformas del código abierto

Unidad didáctica 3.
Diseño

1. Introducción al Diseño Web
2. Accesibilidad
3. Usabilidad
4. Responsive Design
5. Home
6. Categorías
7. Fichas de Producto
8. Carrito de la compra y checkout
9. Principales herramientas

Unidad didáctica 4.
Pasarelas de pago

1. Confianza, privacidad y seguridad
2. Principales formas de pago

Unidad didáctica 5.
Marco legal

1. Ley de Ordenación del Comercio Minorista
2. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI)
3. Reglamento General de Protección de Datos
4. Ley de Consumidores
5. SmartContracts

Módulo 6.
Régimen jurídico del marketing digital

Unidad didáctica 1.
Legislación aplicable en marketing digital

1. Consideraciones constitucionales
2. Fuentes del marketing digital

Unidad didáctica 2.
Comunicaciones comerciales electrónicas

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. La información y sus requisitos
3. Proteger la información y las comunicaciones
4. El régimen de responsabilidad

Unidad didáctica 3.
Privadidad y seguridad de la información

1. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
2. Bases de datos: cloud computing
3. Correo electrónico
4. Cookies

Unidad didáctica 4.
Propiedad intelectual e industrial aplicada al marketing digital

1. Propiedad intelectual en relación con el marketing digital
2. Propiedad industrial en relación con el marketing digital
3. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes

Unidad didáctica 5.
Ley de servicios de sociedad de la información y comercio electrónico

1. Objeto de la LSSI-CE ámbito de aplicación
2. Cumplimiento de la LSSI-CE
3. Infracciones y sanciones

Unidad didáctica 6.
El marketing en la web 20

1. Acciones de marketing en la web 2.0
2. Publicidad en entornos 2.0
3. Concursos y sorteos online

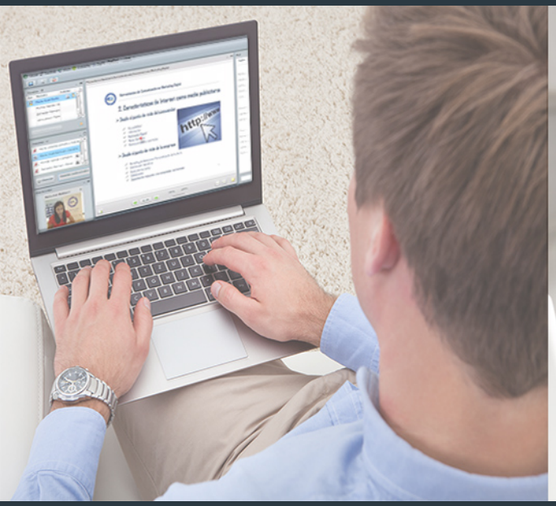
Unidad didáctica 7.
Reputación online y el efecto streisand

1. Online Reputation Management
2. Riesgos de la reputación online y el efecto Streisand
3. Marco legal de la reputación online

Módulo 7.
Proyecto fin de master

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colabradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Comunidad

Espacio de encuentro que pemite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerecias y experiencias de miles de usuarios.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.

Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.

Masters Profesionales

Master CRM y Marketing Relacional

Impulsamos tu carrera profesional

INESEM

BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es

958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.