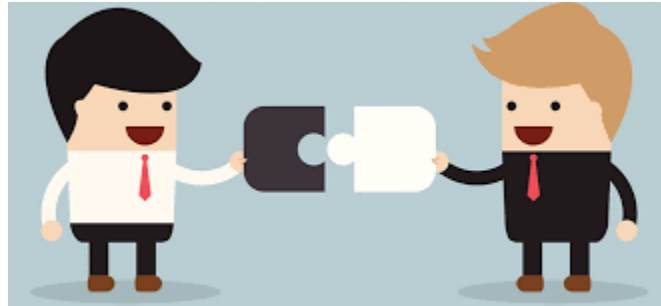




Universidad
Continental

Presentación de la asignatura **Marketing Relacional** Alejandra Leo





Marketing Relacional

Esta asignatura permitirá una mejor comprensión del Marketing Relacional, de la importancia de usarlo adecuadamente y del mayor conocimiento del cliente.





Competencia de la asignatura

El alumno sabe los conceptos básicos relacionados con la gestión de clientes en empresas, apoyándose en las técnicas y procesos que permiten optimizar el valor de esta relación y gestionarla adecuadamente.

Conoce y mejora los procedimientos de relación y fidelización entre la empresa y sus consumidores con actitud dinámica, responsable y proactiva. Promover la aplicación del marketing relacional con la correcta y responsable interpretación de la información procedente de las fuentes de CRM..



Unidades didácticas

Unidad I	Unidad II	Unidad III	Unidad IV
Unidad I: “El Marketing relacional. Marketing Transaccional y Marketing Relacional”	Unidad II: “Fidelización de Clientes”	Unidad III: “CRM”	Unidad IV: “Customer Relationship Management (CRM)”



Unidad I: “El Marketing relacional. Marketing Transaccional y Marketing Relacional

Tema N° 1: Dicotomía Libertad - Seguridad

Tema N° 2: Los Públicos del Marketing Relacional

Tema N° 3: La estrategia relacional





Unidad I: “El Marketing relacional. Marketing Transaccional y Marketing Relacional

Lectura seleccionada 1

Espinosa, Roberto (14 de octubre del 2012). Como definir Misión, Visión y Valores de la empresa. [Fecha de consulta: 08 febrero 2017]. Disponible en: robertoespinoza.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/

Autoevaluación N° 1



Unidad II: “Fidelización de Clientes”

Contenidos:

Tema N°1: Fidelización

1. Vinculación y Retención de Clientes
2. Factor tiempo y confianza

Lectura seleccionada 1

Guía para la elaboración de un estudio de mercado, Creación y desarrollo de una empresa [fecha de consulta: 08 febrero 2017]. Disponible en:http://www.ademaf.gob.bo/inf/digital/Guia_para_Elaboracion_de_Estudio_de_Mercado.pdf



Unidad II: “Fidelización de Clientes”

Tema N° 2: Conceptos de Fidelización

Vinculación y Retención de clientes

Lectura seleccionada 2

Marketing Emprendedoras 2015, Como Atraer clientes mas comprometidos y que valoren tus servicios (2015) [fecha de consulta: 08 febrero 2017]

Disponible en:

<http://marketingparaemprendedoras.com/como-atraer-clientes-mas-comprometidos-y-que-valoren-tus-servicios/>

Autoevaluación N° 2



Unidad III: “CRM”

Contenidos

Tema N° 1: Gestión de Base de Datos

Tema N° 2: Técnicas de segmentación





Unidad III: “CRM”

Lectura seleccionada 2

Arellanomarketing investigación y consultoría.

La segmentación de mercados. [fecha de consulta: 05 febrero 2017] Disponible en:

www.arellanomarketing.com/inicio/la-segmentacion-de-mercados/

Autoevaluación N° 3



Unidad IV: “Customer Relationship Management (CRM)”

Contenidos

Tema N° 1: ¿Qué es CRM?

Tema N° 2: Redes sociales

Tema N° 3: Web 2.0 y el marketing relacional





Unidad IV: “Customer Relationship Management (CRM)”

Lectura seleccionada 1

Cinco Hábitos de Marketing en Redes Sociales, (31 de enero del 2013) [fecha de consulta: 08 febrero 2017] Disponible en:

<https://www.entrepreneur.com/article/265730> el 08/02/2017

Autoevaluación N° 4





Recursos educativos virtuales

- Manual autoformativo
- Video clases
- Podcast
- Foros
- Biblioteca virtual





Recomendaciones finales

- En las sesiones virtuales de cada semana, guiaré tu aprendizaje, orientaré el desarrollo de actividades y atenderé tus dudas e inquietudes.
- Con estas indicaciones, estamos listos para iniciar nuestra asignatura.



Bienvenido a la asignatura **MARKETING RELACIONAL**



ucontinental.edu.pe