



Curso en CRM, Investigación al Consumidor y Reputación Online

El acrónimo CRM proviene del inglés Customer Relationship Management y cuya traducción al español puede ser “Gestión de las relaciones con el cliente”. Existe la creencia de que un CRM es solamente un software de gestión de ventas, pero este concepto es más profundo y tiene mayores consecuencias en un negocio. CRM es una filosofía empresarial y una serie de estrategias de marketing relacional en las que una empresa entiende que su bien máspreciado son sus clientes y hace todo lo posible para ponerlos en el centro.

Objetivos

El estudiante al finalizar esta materia deberá ser capaz de resolver problemas, tomar decisiones y formular juicios a partir de información incompleta en todos los aspectos que tengan que ver con la relación marca-consumidor a través de Internet y los medios sociales digitales, con la investigación del consumidor o con la generación y el análisis de la imagen de marca y la reputación online. Este conocimiento se traducirá y deberá ser demostrado por su capacidad para diseñar, planificar y desarrollar una estrategia de relación con el consumidor a través de Internet y los medios sociales digitales, que sirva a su vez como base para un plan de investigación sobre el consumidor y sobre la marca y su reputación online.

Incluye

Contenidos del curso, tutorización, dinamización, actividades individuales y colaborativas, foros y debates.