



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## *Curso Superior en Marketing Relacional*

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Curso Superior en Marketing Relacional

**duración total:** 400 horas

**horas teleformación:** 200 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

La gestión integral del cliente es un factor clave del éxito para una empresa en un entorno cada vez más globalizado y competitivo. Esta gestión de las relaciones puede convertirse en un activo intangible de la organización que ofrezca un valor añadido a los productos y servicios que comercializa. El Marketing Relacional y los sistemas CRM se han convertido en imprescindibles en el desarrollo de una estrategia potente para diferenciarse, posicionarse y aumentar la ventaja competitiva. Gestionar correctamente las bases de datos y las experiencias de compra de los clientes es fundamental para quienes quieren crecer y adquirir solidez, pero también para los que buscan mantener el liderazgo en su sector. Apuesta por el Marketing de relaciones y comienza a fidelizar a tus clientes.



+ Información Gratis

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Establecer un sistema de Comunicación Integrada de Marketing (CIM) en la organización.- Adquirir los conocimientos y aplicar técnicas referentes al Marketing Relacional- Conocer la importancia del Marketing Emocional y su aplicación para un mayor conocimiento de los consumidores.- Aplicar una estrategia de Inbound Marketing para guiar al potencial cliente a lo largo de todo el funnel de conversión.- Conocer algunas técnicas necesarias para enriquecer las relaciones con los clientes y lograr que estos pasen a ser prescriptores de marca.- Ser capaz de establecer un plan de acción orientado a la gestión de relaciones al nivel interno y externo de la organización.

## *para qué te prepara*

El Curso Superior en Marketing Relacional te permitirá desarrollar estrategias de marketing orientadas a establecer relaciones con los clientes a largo plazo y mejorar los procesos comunicativos, mejorando el posicionamiento de la empresa y repercutiendo en el incremento de las ventas. Tras recibir la formación, serás capaz de aplicar todas las técnicas de marketing relacional tanto en el ámbito interno como externo de la organización logrando la consecución de los objetivos del negocio.

## *salidas laborales*

El Curso Superior en Marketing Relacional de INESEM te capacita para trabajar como Customer Relationship Manager o Gestor de Clientes en el Departamento Comercial de cualquier negocio, tanto para negocios físicos como online. Además, gracias al conocimiento adquirido podrá desempeñar otros puestos de trabajo como Experto en sistema de gestión de clientes o CRM Manager, Planificador Estratégico de Clientes, Jefe en Departamento de Atención al Cliente o Supervisor de la Reputación Corporativa de la organización.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General



MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro 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.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Estrategia de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Comunicación Integrada de Marketing'
- Manual teórico 'Marketing Relacional'
- Manual teórico 'Marketing Emocional'





## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



### *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

### *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

### *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

### *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

### *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

## **MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING (CIM)**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES**

- 1.¿Qué es la comunicación?
- 2.El marketing como raíz de la comunicación digital
- 3.Otros componentes del marketing
- 4.Comunicación Integral de Marketing (CIM)

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROMOCIÓN DE VENTAS**

- 1.Introducción
- 2.Características y objetivos de la promoción de ventas
- 3.La estrategia promocional
- 4.Las tácticas promocionales
- 5.La promoción de venta online
- 6.Medición de la eficiencia promocional

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS RELACIONES PÚBLICAS**

- 1.Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
- 2.Causas del desarrollo de las relaciones públicas
- 3.Técnicas de relaciones públicas
- 4.Los eventos y las ferias
- 5.La comunicación en situación de crisis
- 6.Las relaciones públicas en Internet

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PATROCINIO**

- 1.Concepto, causas y objetivos del patrocinio
- 2.Tipologías de patrocinios
- 3.Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO**

- 1.El marketing directo en la actualidad
- 2.Variables del marketing directo
- 3.La base de datos
- 4.Medios convencionales para el marketing directo
- 5.Marketing directo en Medios masivos

## **MÓDULO 2. 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 3. MARKETING EMOCIONAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFLUENCIAS DEL CONSUMIDOR**

1.Influencias internas

2.Influencias externas

3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING SENSORIAL**

1.Del comprador sensorial al cliente recurrente

2.El cliente como prescriptor

3.El circuito de la dopamina

4.Efectos del marketing ante estímulos psicológicos

5.Proceso de cambio de los hábitos de consumo

6.Generación de ventas recurrentes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEUROMARKETING ESTRATÉGICO**

1.Segmentación de mercado

2.Neurosegmentación

3.La demanda en el neuromarketing estratégico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE NEUROMARKETING**

1.Electroencefalografía (EEG)

2.Resonancia Magnética Cerebral

3.Técnicas de Imagen Tomográfica TAC y PET

4.Face Reading y Medidas Fisiológicas

5.Eye- Tracking

### **MÓDULO 4. ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING**

- 1.¿Qué es el Inbound Marketing?
- 2.Marketing de Contenidos
- 3.Marketing viral
- 4.Video Marketing
- 5.Reputación online
- 6.Importancia del funnel o embudo de conversión

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASE DE ATRACCIÓN**

- 1.Sistema de Gestión de contenidos CSM
- 2.Los blogs Wordpress
- 3.Posicionamiento SEO
- 4.Social Media

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASE DE CONVERSIÓN**

- 1.Introducción
- 2.Formularios
- 3.Call to action
- 4.Landing Pages
- 5.Pruebas A/B
- 6.Optimización de la tasa de conversión (CRO)

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FASE DE CIERRE**

- 1.Introducción
- 2.Marketing Relacional
- 3.Gestión de relaciones con los clientes CRM
- 4.Email marketing

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE DELEITE**

- 1.Introducción
- 2.Encuestas
- 3.Contenido inteligente
- 4.Monitorización Social