

1. Marketing y comercialización I

- 1.1 Concepto de marketing
- 1.2 Marketing estratégico
- 1.3 Organización del departamento comercial y marketing

2. Marketing y comercialización II

- 2.1 Investigación de mercados
- 2.2 Plan de marketing
- 2.3 Técnicas de marketing

3. CRM (*Customer Relationship Management*)

- 3.1 El concepto de CRM
- 3.2 Metodología CRM
- 3.3 Técnicas de análisis de clientes
- 3.4 CRM y la tecnología

4. Datamining

- 4.1 Fundamentos del *Data Mining*
- 4.2 Mercadeo y *Data Mining*
- 4.3 Técnicas y proceso de *Data Mining*
- 4.4 Minería de datos web

5. E-mail Marketing

- 5.1 El concepto de e-mail marketing
- 5.2 Newsletter
- 5.3 Marketing viral
- 5.4 Autorespondedores
- 5.5 Normas de estilo y netiquette

6. Publicidad en Internet

- 6.1 Características de la publicidad on-line
- 6.2 Formas publicitarias en Internet
- 6.3 Campaña de publicidad en la red
- 6.4 Redactar anuncios publicitarios

Horas: 35

Modalidad: *On line*

Objetivos del Curso:

El aspecto central del telemarketing consiste en alcanzar los objetivos de la organización mediante la satisfacción a largo plazo del consumidor, consolidando una relación de forma más eficiente que la competencia. Para ello, en este curso veremos con qué metodología y qué técnicas se puede lograr.