# GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

## 892 - Gestión de Relación con Clientes

## Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información
## Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información

Curso Académico 2023-2024

| 1. DATOS IDENTIFICATIVOS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Título/s | Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información<br>Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información | | | Tipología<br>y Curso | Optativa. Curso 1<br>Optativa. Curso 1 |
| Centro | Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales | | | | |
| Módulo / materia | ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL | | | | |
| Código<br>y denominación | 892 - Gestión de Relación con Clientes | | | | |
| Créditos ECTS | 2,5 | Cuatrimestre | | Cuatrimestral (2) | |
| Web | | | | | |
| Idioma<br>de impartición | Español | English friendly | No | Forma de impartición | Presencial |

| | |
|---|---|
| Departamento | DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS |
| Profesor<br>responsable | PABLO MARIA DE CASTRO GARCIA |
| E-mail | pablo.decastro@unican.es |
| Número despacho | Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2.<br>DESPACHO (E207) |
| Otros profesores | BELEN GONZALEZ RANZ |

| 3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE |
|---|
| - Conocer y comprender los conceptos clave de la gestión de las relaciones con los clientes y el papel de CRM en la mejora de la productividad y rentabilidad de la empresa |
| - Planificar estratégicamente el diseño e implantación de iniciativas CRM en una organización |
| - Conocer en detalle el funcionamiento de una herramienta CRM de mercado mediante el desarrollo de un caso práctico |
| - Conocer la evolución de los sistemas CRM y las nuevas tendencias tecnológicas que le son de aplicación |

## 4. OBJETIVOS

| |
|---|
| Dotar a los alumnos del Máster con los conocimientos y metodología que les permitan, tanto desde el punto de vista tecnológico como de negocio, definir, planificar, diseñar, implementar y evaluar una estrategia para la Gestión de Relaciones con los Clientes ( CRM) en una organización empresarial o una institución pública. |
| Profundizar en las técnicas modernas de gestión empresarial orientada al cliente ó Customer Oriented/Centric Policy |
| Proporcionar una visión general de los sistemas CRM, tipologías, sus componentes y la aportación que suponen para el desarrollo de cualquier negocio, así como en la administración pública. |
| Desarrollar las habilidades prácticas de implantación y gestión de un sistema comercial de CRM, adaptándolo a los casos prácticos que se desarrollaran en cada grupo de trabajo |
| Proporcionar una visión prospectiva de las tendencias de los CRMs y su integración con técnicas de Web 2.0, BIG DATA y Análisis en tiempo real |

## 6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

| | CONTENIDOS |
|---|---|
| 1 | Tema1. Introducción a la gestión de la relación con los clientes<br>- Estrategias de adquisición, retención y crecimiento de la cartera de clientes<br>- Políticas de orientación al cliente - Customer Oriented/Centric Policy<br>- Marketing relacional y CRM como estrategia de negocio |
| 2 | Tema 2. Gestión integrada de la relación con clientes<br>- Integración de información, canales, procesos, servicios.<br>- Tipologías de CRM: estratégico, operativo y analítico. |
| 3 | Tema 3. Configuración, diseño e implantación práctica de un CRM comercial para una organización ejemplo. |
| 4 | Tema 4. Nuevas tendencias en gestión de la relación con los clientes, CRM 2.0, Social Marketing y BIG DATA |

## 7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

| Descripción | Tipología | Eval. Final | Recuper. | % |
|---|---|---|---|---|
| Actividades de seguimiento en clase | Otros | No | Sí | 20,00 |
| Trabajo en grupo | Trabajo | No | Sí | 50,00 |
| Examen | Examen escrito | Sí | Sí | 30,00 |
| TOTAL | | | | 100,00 |

| Observaciones |
|---|
| Los trabajos en grupo e individuales se entregarán a través del curso virtual de la asignatura y serán evaluados en el Moodle. |
| **Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial** |
| Para los alumnos matriculados a tiempo parcial que no tengan disponibilidad para la asistencia a clase, se establecerá un trabajo individual a concretar con el profesor y el examen de la asignatura. |

## 8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

| BÁSICA |
|---|
| MATERIALES DOCENTES A DISPOSICIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN EL AULA VIRTUAL DE LA ASIGNATURA |
| CRM. Gestión de relaciones con los clientes (Greenberg) |

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.