

Programas Asíncronos

SÍLABO

I. DATOS GENERALES

Curso	:	Lealtad y Fidelización de clientes
Área	:	Trends
Docente	:	Edwin Huaynate Mato
Duración	:	2 horas académicas

II. SUMILLA

El curso se desarrollará mediante la metodología asíncrona, que comprende la revisión de los videos grabados, las lecturas y la resolución de la evaluación planteada. Le permitirá al participante conocer el entorno del mercado y los cambios en el cliente, el cual hace que las empresas deban enfocar sus esfuerzos en poder gestionar la lealtad y fidelización de los clientes

III. REQUISITOS

- Ninguno.

IV. DIRIGIDO A

- Profesionales, egresados, estudiantes e interesados en conocer el proceso de fidelización de una organización.

V. OBJETIVOS – LOGROS

El curso le permitirá al participante:

- Conocer las características y cambios en los consumidores
- Entender el marketing 2.0 y el enfoque hacia el cliente
- Revisar los conceptos de lealtad y fidelización de clientes
- Desarrollar el indicador para medir la lealtad: Net Promoter Score (NPS)
- Aprender a desarrollar el proceso de fidelización de clientes en una organización

VI. METODOLOGÍA

Los contenidos se desarrollarán siguiendo la secuencia teoría – práctica con evaluaciones modulares, utilizando videos grabados y lecturas como recursos didácticos.

VII. CONTENIDOS

Total de horas	2 horas
Módulo 1: Introducción a las campañas de marketing	
• Tema 1: Análisis de los cambios en los clientes y mercados	20 min.
• Tema 2: Marketing 2.0 Centrado en el consumidor	20 min.
• Tema 3: Lealtad y Fidelización	20 min.
Módulo 2: Taller de Mailchimp	
• Tema 4: Construcción del Net Promoter Score (NPS)	35 min.
Tema 5: Proceso de Fidelización	25 min.

VIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final del curso se obtendrá a partir de los siguientes rubros de evaluación y pesos asociados:

Rubro	Peso
Evaluación	100%

IX. Docente

Edwin David Huaynate Mato

Resumen

- Magister en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad de Lima.
- Ingeniero de Sistemas Universidad de Lima. Diplomado en Marketing Estratégico por la Universidad Adolfo Ibañez (Chile). Programa Ejecutivo en Marketing por Centrum PUCP. Diploma de especialización en Business Analytics y Big Data UNALM.
- Ejecutivo con más de 16 años de experiencia en temas de Business Intelligence, CRM, Marketing Digital y Planificación Comercial en empresas como Telefónica, BBVA Banco Continental, Interbank, Cencosud y Scotiabank.