

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de <b>problemas</b> en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 1	BLOQUE 1. El comportamiento del consumidor y el proceso de toma de decisiones. Aproximación al neuromarketing e introducción al CRM	Tomar decisiones de marketing a la vista de ciertos resultados de pruebas realizadas con herramientas de neuromarketing	Tema 1. Neuromarketing y emociones del cliente	Presentación de la asignatura (45 min.)  <b>Clase 1. Problema:</b> ¿Qué estrategia de neuromarketing le recomendarías a una empresa? (45 min.)	Test del tema 1 (0,1 puntos)	Actividad grupal. Construir un <i>buyer</i> persona y diseñar un plan de acciones para la gestión de relaciones con clientes para tu empresa ficticia (simulador CESIM)	Desarrolla la competencia de <b>adaptabilidad</b> .  Huella UNIR.  Fecha de entrega: fin de asignatura. (2,7 puntos)	Planificación de estrategias de CRM
Semana 2		Diseñar una estrategia de CRM intuitivo		Tema 2. Introducción a la gestión de relaciones con clientes				

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 3	BLOQUE 2. Satisfacción y lealtad de los clientes. La construcción de relaciones para alcanzar la vinculación	Examinar la implantación de la operativa del CRM	Tema 3. De la creación de valor a la experiencia de cliente	<b>Clase 3. Problema:</b> ¿Cómo prevenir y corregir los problemas de la implantación de un nuevo sistema de CRM? (60 min.)	Test del tema 3 (0,1 puntos)			Diseño de un programa de implantación de CRM  Clusterización de clientes según su grado de lealtad
Semana 4		Analizar ejemplos prácticos de tipos de lealtad	Tema 4. Vinculación con el cliente	<b>Clase 4. Problema:</b> ¿Qué tipo de lealtad se corresponde con diferentes hábitos de compra? (45 min.)  Presentación de la Actividad 1 (15 min.)	Test del tema 4 (0,1 puntos)			
Semana 5	BLOQUE 3. Análisis, clasificación y valoración de clientes	Realizar encuestas de NPS	Tema 5. Análisis y estratificación de clientes	<b>Clase 5. Problema:</b> ¿Cómo elaborar un sistema de medición de la calidad del servicio de puntos de venta basados en NPS? (60 min.)	Test del tema 5 (0,1 puntos)			Realizar encuestas e informes de NPS  Cálculo del CLV de la cartera de clientes de una empresa
Semana 6		Calcular el CLV						
		Aplicar el CRM en compras organizacionales	Tema 6. Ciclo de vida del cliente	<b>Clase 6. Problema:</b> ¿Cómo calcular el CLV de una cartera de clientes? (60 min.)	Actividad 1. (3 puntos)  Test del tema 6 (0,1 puntos)			Planificación de una estrategia de CRM para mercados organizacionales

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 7			Tema 7. Optimización de la atención y la gestión de relaciones con clientes organizacionales	<p><b>Clase 7. Problema:</b> ¿Cómo planificar una estrategia de CRM para un producto de clientes organizacionales? (45 min.)</p> <p>Presentación de la Actividad 2 (15 min.)</p>	Test del tema 7 (0,1 puntos)			Elaboración de <i>buyer persona</i>
Semana 8	<b>BLOQUE 4.</b> <i>Customer journey</i> y estrategias de recuperación de clientes	<p>Realizar una segmentación basada en el <i>buyer persona</i></p> <p>Construir un mapa de experiencia de cliente en función de los diferentes tipos de clientes</p> <p>Diseñar una estrategia para la recuperación de clientes</p>	Tema 8. El mapa de experiencia del cliente	<p><b>Clase 8. Problema:</b> ¿Cómo podemos construir nuestro <i>buyer persona</i>? (45 min.)</p> <p>Resolución de la Actividad 1 (45 min.)</p>				<p>Elaboración del <i>customer journey</i></p> <p><i>Design thinking</i> aplicado a la recuperación de clientes</p>

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 9			Tema 8. El mapa de experiencia del cliente (continuación)	<p><b>Clase 9. Problema:</b> ¿Cómo diseñar el <i>customer journey</i> para conseguir clientes satisfechos? (60 min.)</p>	<p><b>Test</b> del tema 8 (0,1 puntos)</p> <p><b>Actividad 2.</b> (3 puntos)</p>			
Semana 10			Tema 9. Estrategias de recuperación de clientes	<p><b>Clase 10. Problema:</b> ¿Cómo mejorar los índices de reclamaciones en el servicio de atención al cliente y su tendencia utilizando la técnica de <i>focus group</i>? (45 min.)</p> <p>Sesión de recomendación del examen (45 min.)</p>				
Semana 11			Tema 9. Estrategias de recuperación de clientes (continuación)	<p><b>Clase 11. Problema:</b> ¿Cómo lograr que la estrategia de recuperación de clientes tenga consecuencias positivas para la empresa? (45 min.)</p> <p>Clase de resolución de la Actividad 2 (45 min.)</p>	<p><b>Test</b> del tema 9 (0,1 puntos)</p>			

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 12				<p><b>Clase 12. Problema:</b> ¿Cómo construir un <i>buyer</i> persona y diseñar un plan de acciones para la gestión de relaciones con clientes para la empresa?</p> <p>Resolución de la actividad grupal (90 min.)</p>	<p><b>Actividad grupal</b> (5,4 puntos)</p>			
Semana 13		Analizar los diferentes elementos de la privacidad del consumidor y las implicaciones derivadas de las nuevas tecnologías	<b>Tema 10.</b> Consideraciones éticas y de privacidad	<p><b>Clase 13. Problema:</b> ¿Cómo elaborar un mapa de riesgos derivados de la vulneración del derecho a la privacidad y protección de datos? (60 min.)</p>	<p><b>Test del tema 10</b> (0,1 puntos)</p>			Diseñar un mapa de riesgos sobre la privacidad del consumidor
Semana 14	<b>BLOQUE 5.</b> Consecuencias éticas y de privacidad			<p><b>Clase 14. Problema:</b> ¿Cuáles son los principales criterios para diseñar un <i>buyer</i> persona acorde con los objetivos de la empresa? ¿Qué acciones principales se contemplan en el plan de gestión de relaciones con clientes?</p> <p>Resolución de la actividad grupal (90 min.)</p>				

Semana 15				Clase 15. Clase de repaso (60 min.)				
Semana 16	Semana de exámenes							

**NOTA**

Esta **programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.