

# Programas Asíncronos

## SÍLABO

### I. DATOS GENERALES

<b>Curso</b>	:	Lealtad y Fidelización de clientes
<b>Área</b>	:	Trends
<b>Docente</b>	:	Edwin Huaynate Mato
<b>Duración</b>	:	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

<b>Total de horas</b>	<b>2 horas</b>
<b>Módulo 1: Introducción a las campañas de marketing</b>	
• 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.
<b>Módulo 2: Taller de Mailchimp</b>	
• 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.