



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# POSGRADO MARKETING ESTRATÉGICO

GUÍA DOCENTE MARKETING TÁCTICO  
2018-19

## DATOS GENERALES

---

ASIGNATURA:	MARKETING TÁCTICO
CÓDIGO:	PME-TAC
CRÉDITOS (ECTS):	4
PROFESOR COORDINADOR:	ROSA FERNÁNDEZ
FECHA ÚLTIMA REVISIÓN:	17/10/2018

## DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

---

El Objetivo de la asignatura es introducir el marketing digital desde un punto de vista analítico, estratégico y táctico. Dotando a los estudiantes de una visión transversal de la implicación y posibles funcionalidades del marketing digital en las diferentes áreas de la empresa.

Reflexionar sobre los cambios que están ocurriendo en los mercados

Mostrar a los alumnos las legislaciones a tener en cuenta en las acciones de marketing.

Mostrar casos reales de tácticas de guerrilla marketing.

Enseñar a los alumnos qué es un Call Center, cómo se organiza y sus diferentes aplicaciones.

## OBJETIVOS GENERALES

---

- Propiciar la reflexión sobre los cambios que están ocurriendo en los mercados
- Analizar cómo estos cambios impactan a los diferentes departamentos de las empresas, y cómo debe la empresa responder a los mismos
- Dar una visión sobre las herramientas tecnológicas que proporcionan un apoyo a las organizaciones en estos procesos de adaptación al mercado
- Dar una visión de acciones de alto impacto con poco presupuesto
- Televenta vs Telemarketing

## **CONTENIDOS DEL CURSO**

### **TEMA 1: EL MARKETING DIGITAL**

---

- Ecosistema Digital
- Estrategias de Inbound Marketing
- Naturaleza de los Medios
- Growth Hacking
- El auge de los influencers sociales
- KPI'S & Métricas

### **TEMA 2: GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON CLIENTES**

---

- La 'C' del CRM - Los 'stakeholders'
- La 'R' - El Cliente: De Transacciones a Relaciones
- Clasificación de Clientes
- La 'M' - La Gestión Externa e Interna
- La empresa y sus objetivos
- Herramientas Tecnológicas: Funcionalidad

### **TEMA 3: MARKETING TÁCTICO**

---

- Política de cumplimiento normativo (GDPR y Compliance)
- Thought Leadership
- Challenge

### **TEMA 4: CALL CENTER**

---

- Aplicaciones del Call Center
- Fases de llamadas
- Herramientas para una correcta llamada

## METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

---

Las sesiones se basarán en

- clase expositiva
- debates sobre temas sugeridos por el profesor
- casos prácticos, realizados en parte en clase y complementado con el trabajo individual en casa.
- y presentaciones por parte de los alumnos

## EVALUACIÓN

---

La evaluación de la asignatura se realizará en función de la atención prestada y la participación durante el transcurso de la asignatura así como la realización y defensa de los ejercicios propuestos.

La nota final de la asignatura será el promedio de las notas de cada una de las sesiones (25% cada una). La nota mínima de cada sesión para superar la asignatura será de 40 sobre 100.

## BIBLIOGRAFÍA

---

CRM: Las Cinco Pirámides del Marketing Relacional – Cosimo Chiesa de Negri – Deusto

Growth Hacking Marketing de Ryan Holiday

Cliente digital, vendedor digital, Álex López

51 Things Your Mother Taught You About Inbound Marketing de Chad Polilitt

Manual completo de TELEMARKETING - GARY S. GOODMAN – Gestión 2000

Una queja es un regalo de Janelle Barlow y Claus Møller (Autor)- Gestión 2000

## WEBGRAFÍA / BLOGS / ETC.

---

[www.inboundcycle.com](http://www.inboundcycle.com)

[www.vicampuzano.com](http://www.vicampuzano.com)

[www.luisvillanueva.com](http://www.luisvillanueva.com)

[www.juanmerodio.com](http://www.juanmerodio.com)

[www.enriquedans.com](http://www.enriquedans.com)

[www.marccvidal.net](http://www.marccvidal.net)

<https://www.youtube.com/watch?v=6uFrGJmoAEs>

<https://www.youtube.com/watch?v=DEUrSwVdn4o>

<https://www.youtube.com/watch?v=PjkiD7xCUAE>

