

CURSO

Curso de Social CRM

(En colaboración con el departamento de comunicación)

Reseña del programa	En el curso se analiza cómo la multiplicidad de medios sociales está impactando a las empresas en el marketing, relaciones públicas, ventas y servicio al cliente, entre otras áreas. El participante aprenderá cómo se puede empezar una estrategia de conversación con sus clientes en los medios sociales hasta convertir éstas en transacciones que pueden ayudar a aumentar ventas o reducir costos. Asimismo, aprenderá a implementar un plan de Social CRM que va desde el manejo de procedimientos hasta el análisis de casos sobre cómo el Social CRM puede ayudar a su empresa.
Expositor	Dr. Luis Miguel Martínez Cervantes
Curriculum del expositor	<p>Es coordinador del Proyecto de Convergencia Digital en el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. El Dr. Martínez es académico titular e investigador en los departamentos de comunicación y de ingeniería; en las áreas de instrumentación electrónica y tecnologías de información y comunicación. En 2002, dirigió el proyecto técnico de mejoramiento de la estación de radio de la UIA, actualmente Ibero 909 Radio. En 2003, fundó el programa universitario de Tecnologías para el Aprendizaje.</p> <p>El Dr. Martínez es ingeniero electrónico y de comunicaciones (Universidad Iberoamericana), cuenta con una maestría en sistemas de medición industrial (Brunel University, Londres, Reino Unido) y es Doctor por la misma universidad en el área de sensores. Actualmente, su investigación está enfocada al estudio del impacto de la tecnología en la educación, los medios de comunicación y la sociedad. Es autor de artículos científicos y libros. Es columnista en la revista Merca 2.0. Actualmente es miembro de diversas sociedades profesionales, incluyendo la IEEE y la ISOC Cap. México.</p>
Perfil de Ingreso	Dirigido a personas interesadas en mejorar la calidad de las organizaciones a través de la aplicación de técnicas que aprovechen los beneficios de las nuevas tecnologías.
Objetivos	Implementar planes de Social CRM que estén integrados al CRM corporativo y que integralmente incluyan desde el manejo de procedimientos hasta casos de éxito.
Contenido temático	<ul style="list-style-type: none"> · El entorno del CRM Social · Análisis de Conversaciones · Plan Táctico de Redes Sociales y Comunidades · Integración con el CRM y el Call Center.
Informes	<p>Lic. Abraham Valverde Tel. 59 50 40 00 Ext. 7160 ec.online@uia.mx</p>
Coordinadora del área	<p>Lic. Elsa López Sohle Tel. 59.50.40.00 Ext. 7931 elsa.lopez@uia.mx</p>

La Universidad Iberoamericana se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas. Todos los alumnos de la Dirección de Educación Continua quedan regidos por los reglamentos generales de la Universidad Iberoamericana, así como de los reglamentos particulares internos.