



COMM088PO. Marketing-mix básico en Internet y gestión online de clientes

Sku: PC790

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Identificar las diferentes modalidades de cálculo y diseño de uniones soldadas, estructuras soldadas, equipos a presión y armaduras

CONTENIDOS

Del producto al cliente

Para comenzar

En esta lección introductoria conocerás la transformación fundamental que ha vivido el marketing en la era digital. Exploraremos, mediante ejemplos ricos y comprensibles, cómo el paso de mercados tradicionales a espacios conectados ha puesto al cliente en el centro. Descubrirás las bases del marketing-mix y cómo Internet ha cambiado las reglas del juego para empresas de todos los tamaños.

Esta unidad te acompañará en tus primeros pasos, aclarando los conceptos clave que luego profundizaremos en siguientes lecciones. Prepárate para mirar tu propio consumo digital con ojos diferentes y descubrir opo

Transformación de mercados y productos

En esta lección exploraremos cómo los mercados y los productos se han transformado profundamente en la era digital, pasando de la producción en masa a la hiperpersonalización, y de bienes físicos a ecosistemas de servicios. Analizaremos los principales impulsores de esta revolución, incluyendo tecnologías como la IA, la realidad aumentada y el 5G, y conoceremos nuevos modelos de negocio como la servitización y la venta directa al consumidor (DTC). Utilizaremos ejemplos cercanos y casos reales para comprender cómo estas tendencias impactan el marketing y el valor que se ofrece a los clientes, preparando el terreno para aplicar estrategias digitales y sostenibles en el mundo actual.

Repercusiones en las 4 P y la personalización

Explora en profundidad cómo la transformación digital ha impactado cada aspecto del marketing-mix —Producto, Precio, Plaza y Promoción—, poniendo el foco en la personalización masiva y la experiencia individualizada del cliente. A través de casos reales, ejemplos cotidianos y herramientas prácticas, descubrirás cómo la tecnología y los datos reconfiguran las 4 P para crear propuestas de valor realmente relevantes en la era digital. Aprenderás a identificar oportunidades para diferenciarte, mejorar la satisfacción del cliente y orquestar una estrategia de marketing integrada, superando las barreras más comunes en el entorno actual.

Protocolos de Internet y perfil del usuario

En esta lección, descubrirás cómo los protocolos fundamentales de Internet sustentan cada interacción entre dispositivos, productos, marcas y clientes en la era digital. Aprenderás de forma clara y didáctica cómo funcionan estos "protocolos invisibles", por qué son clave en la experiencia de compra en línea y de qué manera influyen en la seguridad, la velocidad y la confianza del cliente. Combinaremos explicaciones narrativas, ejemplos cercanos y ejercicios interactivos para que puedas comprender y aplicar conceptos técnicos (como HTTP/3, QUIC, TLS 1.3 y DNS) desde una perspectiva de marketing digital.

Además, exploraremos el perfil del usuario digital actual, sus expectativas y retos, y cómo adaptar tus estrategias para distintos segmentos y contextos tecnológicos a nivel global. Al finalizar, serás capaz de hablar con confianza con equipos de TI como con áreas comerciales, y diseñarás experiencias de usuario confiables, incluso en entornos de alta complejidad.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

En esta lección tendrás la oportunidad de aplicar lo aprendido en la unidad mediante actividades de redacción creativa. Pondrás en práctica tus conocimientos sobre la evolución de los mercados digitales, la personalización y el impacto de los protocolos de Internet, reflexionando sobre casos reales y futuros. Aprovecha este espacio para expresar tus ideas, argumentar con ejemplos y conectar la teoría con tu propia experiencia y contexto personal. El objetivo es que desarrolles una visión crítica y personal de los cambios en el marketing digital.

digital, usando la originalidad y la observación como principales herramientas de aprendizaje.

Role playing y estado de avance

En esta lección de repaso tendrás la oportunidad de consolidar tus conocimientos sobre la transformación de los mercados, las 4 P del marketing digital y la importancia de la personalización y la tecnología en la experiencia del cliente. Comenzarás repasando los conceptos clave mediante tarjetas didácticas interactivas, y después participarás en un ejercicio de role playing enfocado en un caso práctico del mundo real. El objetivo es que te sientas seguro y competente al aplicar lo aprendido, preparándote para los retos del comercio digital y la gestión de clientes online.

Dedica unos minutos a este repaso y descubre que, más allá de la teoría, el marketing-mix digital puede ser tan cercano y humano como una conversación en tu barrio... ¡pero con alcance global!

Evaluación de la unidad

En este test pondrás a prueba tu comprensión sobre la evolución de los mercados, las nuevas formas de hacer negocios, las 4 P del marketing, la personalización, las tecnologías y protocolos que hacen posible el comercio electrónico, y los retos actuales del marketing digital desde el producto hasta el cliente. Responde cada pregunta reflexionando sobre lo aprendido en la unidad y demuestra que tienes un dominio sólido de los conceptos clave.

Comercio electrónico

Para comenzar

Descubre cómo ha evolucionado el comercio electrónico y por qué confiar en una tienda, elegir cómo pagar o entender a quién le compras es mucho más que hacer clic en "Comprar". En esta lección introductoria repasaremos los conceptos clave que guían la compra y venta online, los tipos de negocios y las tendencias que definen el mundo digital actual. Prepárate para observar tu propia experiencia con nuevos ojos: aprenderás a identificar oportunidades, retos y los actores protagonistas detrás de cada pedido.

Modelos de negocio y actividades e-commerce

En esta lección explorarás el fascinante universo de los modelos de negocio en el comercio electrónico, desde las siglas más conocidas —B2C, B2B, D2C— hasta enfoques emergentes como el *print-on-demand*, el dropshipping y el comercio circular. Descubrirás cómo funcionan los marketplaces, cuáles son las estrategias logísticas clave y qué nuevas tendencias están transformando la manera en la que compramos y vendemos en Internet. A través de ejemplos prácticos, casos inspiradores y explicaciones paso a paso, desarrollarás una perspectiva clara y actualizada para analizar, comparar y diseñar estrategias de e-

commerce adaptadas a este ecosistema dinámico. Al final de la lección, dominarás los conceptos esenciales y estarás preparado para tomar decisiones informadas en proyectos de comercio electrónico reales.

Actores clave y cadenas de valor virtuales

En esta lección profundizaremos en el entramado de empresas, tecnologías y procesos que hacen posible el comercio electrónico. Analizaremos los principales actores del ecosistema digital, desde marketplaces hasta operadores logísticos, pasarelas de pago y sistemas de datos. Veremos cómo cada uno aporta valor en una cadena que transforma clics en experiencias concretas para el cliente. Aprenderás a identificar roles, dependencias, riesgos y las mejores prácticas para coordinar todos los eslabones de la cadena de valor.

Seguridad y medios de pago en línea

En esta lección explorarás el corazón tecnológico y humano del comercio electrónico: la seguridad de las transacciones y la diversidad de métodos de pago. Aprenderás cómo se protegen tus datos y tu dinero por Internet, qué tecnologías y normativas lo hacen posible y cómo elegir la mejor combinación de medidas para tu tienda online. La lección está diseñada para que domines los conceptos clave y los apliques con confianza en entornos reales, tanto si eres consumidor como emprendedor digital.

Acompáñanos a desglosar desde los fundamentos históricos y técnicos de la seguridad digital hasta las innovaciones emergentes como la biometría pasiva y la inteligencia artificial, con ejemplos y casos actuales.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

En esta lección pondrás en práctica y a prueba tu comprensión y tu creatividad, reflexionando sobre experiencias reales o imaginarias del comercio electrónico. A través de ejercicios de escritura guiada, tendrás la oportunidad de analizar tus propias prácticas de compra digital y diseñar estrategias para pequeñas empresas que busquen crecimiento en Internet. Así, te convertirás en protagonista activo de tu formación, aplicando los conocimientos de la unidad en casos prácticos, cercanos y originales.

La libre expresión escrita es clave para desarrollar competencias críticas y para consolidar lo aprendido.

Aprovecha este espacio para explorar, argumentar y proponer soluciones fundamentadas a los retos del comercio actual.

Role playing y estado de avance

En esta lección de repaso tendrás la oportunidad de consolidar todos los aprendizajes adquiridos sobre comercio electrónico. Primero, podrás practicar y memorizar los conceptos clave mediante tarjetas didácticas interactivas. Después, participarás en un role play realista con un tutor virtual experto que te guiará por situaciones prácticas de toma de decisiones en e-commerce. Todo está diseñado para que refuerces habilidades de análisis, toma de decisión y aplicación de conceptos en escenarios reales o simulados. Disfruta revisando, participando y consolidando.

Evaluación de la unidad

Pon a prueba tus aprendizajes sobre comercio electrónico con este test integral. Cada pregunta explora aspectos esenciales de la unidad: modelos de negocio, cadenas de valor digital, actores clave, seguridad en pagos, logística y mejores prácticas. Te animamos a enfocar tu atención en la comprensión de cada pregunta y a usar ejemplos de la vida real para afianzar la teoría. Este ejercicio final te ayudará a identificar tus puntos fuertes y las áreas que puedes reforzar para diseñar estrategias de e-commerce más sólidas y eficaces.

Marketing-mix en Internet

Para comenzar

En esta lección introductoria descubrirás cómo el marketing-mix —las famosas 4 P— se transforma en el contexto digital. Verás ejemplos reales, los cambios que ha traído Internet a la estrategia comercial, y los principales desafíos y oportunidades para quienes trabajan conectando productos, precios, canales y comunicación en línea. Prepárate para abrir la puerta al universo del marketing-mix digital, ¡de una forma cercana y práctica!

Decisiones de producto y precio digitales

En esta lección analizarás cómo diseñar propuestas de valor digitales y tomar decisiones estratégicas de producto y precio en el entorno online. Explorarás la evolución del concepto de producto, desde objetos físicos a servicios conectados y experiencias completas. Profundizarás en arquitecturas de oferta, modelos de monetización y técnicas de pricing digital, aprendiendo a equilibrar creatividad, datos y ética en cada etapa. Al finalizar, serás capaz de valorar alternativas, experimentar con precios y diseñar productos flexibles y competitivos para el mercado digital.

Comunicación y marketing directo online

En esta lección descubrirás cómo ha evolucionado la comunicación comercial en la era digital: del antiguo monólogo publicitario al diálogo personalizado y omnicanal con el cliente. Aprenderás a diseñar estrategias de marketing directo que integran canales modernos como email, SMS, WhatsApp y notificaciones push, y herramientas y métricas clave para crear relaciones duraderas y medibles. Revisaremos desde conceptos básicos —como la arquitectura de campañas y la automatización de flujos— hasta tácticas avanzadas de personalización y storytelling, además de los retos legales, éticos y culturales del mundo digital hispanohablante. Al finalizar, estarás listo para construir campañas de comunicación online que captan, convierten, fidelizan y diferencian tu marca.

Distribución y logística en la red

En esta lección exploramos el fascinante universo de la distribución y la logística en el entorno digital. Descubrirás cómo la logística se ha transformado gracias a la tecnología, permitiendo entregas ultrarrápidas, una gestión de inventarios más eficiente y experiencias de cliente más satisfactorias que nunca. Desde los almacenes automatizados, pasando por la gestión de la última milla, hasta las operaciones internacionales, aquí aprenderás las claves para diseñar cadenas de suministro sostenibles, flexibles y resilientes. Además, comprenderás la importancia de la logística inversa y la sostenibilidad como factores críticos en el comercio digital actual para sumergirte en los sistemas, modelos y estrategias que hacen posible que el mundo del e-commerce cumpla sus promesas al consumidor moderno.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

En esta lección podrás poner a prueba tu creatividad y tu capacidad para aplicar los conocimientos del marketing- mix digital a situaciones reales. A través de ejercicios prácticos, tendrás la oportunidad de conectar ideas, buscar soluciones originales y diseñar propuestas que respondan de forma coherente a las necesidades del entorno actual.

Recuerda: no hay una única respuesta correcta. Lo importante es argumentar bien tu propuesta utilizando los conceptos aprendidos durante la unidad y mostrar una actitud proactiva y flexible ante los retos del marketing digital.

Role playing y estado de avance

Prepárate para repasar y afianzar los conceptos principales del marketing-mix digital. Esta lección te ayudará a consolidar todo lo aprendido en la unidad mediante actividades de memorización interactiva y un role playing que te permitirá poner a prueba tu comprensión en un contexto simulado. Aprovecha esta oportunidad para identificar lo que ya dominas y pulir aquellos aspectos que requieran más atención.

Disfruta del proceso, activa tu pensamiento estratégico y descubre lo valioso que puedes aportar en el marketing digital, combinando teoría, ejemplos y escenarios del día a día.

Evaluación de la unidad

En esta lección comprobarás tus conocimientos sobre el marketing-mix digital estudiado en la unidad. Responderás preguntas que abarcan las estrategias de producto, precio, comunicación y logística online, los conceptos clave que permiten entender y aplicar el marketing efectivo en Internet. Aprovecha para repasar y afianzar tus aprendizajes principales antes de pasar a la siguiente etapa del curso.

Publicidad online

Para comenzar

En esta lección introductoria descubrirás qué es la publicidad online y por qué ha transformado la forma en que las marcas se comunican con sus clientes. Aprenderás los conceptos más esenciales, los formatos principales de anuncios y cómo los datos, la creatividad y la tecnología se combinan para lograr campañas efectivas. En general te preparará para adentrarte en los temas estratégicos y prácticos del resto de la unidad.

Plan estratégico de comunicación digital

En esta lección profundizaremos en el diseño y ejecución de un plan estratégico de comunicación digital, abordando desde la importancia de la planificación frente a la improvisación, hasta el despliegue de tácticas, herramientas, metodologías y métricas clave para lograr resultados sólidos y sostenibles. Aprenderás a identificar el punto de partida de tu empresa, definir objetivos SMART y OKR, segmentar adecuadamente el público, estructurar propuestas de valor eficaces y seleccionar los mejores canales de comunicación y medición. Además, veremos cómo integrar la ética, la sostenibilidad y la supervisión de la inteligencia artificial a la estrategia que tu plan sea resistente a cambios del mercado, tecnológico y regulatorio. Las explicaciones incluyen casos ilustrativos, esquemas y ejemplos reales para que puedas aplicar cada paso a proyectos propios o de terceros.

Campañas y mensajes: modelos y buenas prácticas

En esta lección descubrirás cómo diseñar campañas publicitarias digitales que combinen estrategia, creatividad y medición en el entorno dinámico actual. Explorarás desde el nacimiento del *brief* creativo hasta la optimización tras el lanzamiento, conocerás los principales modelos de campaña (always-on, burst, full-funnel, secuencial, ABM) y cómo elegir el adecuado para cada objetivo. Aprenderás a construir mensajes potentes y humanos usando el triángulo VC² (Valor, Claridad y Calidez), adaptar ideas al español pan-hispano, y aplicar técnicas de persuasión ética. Avanzarás por los formatos clave, la automatización creativa (DCO), la experimentación A/B multivariada, los requisitos éticos y legales más recientes. La lección se cierra con ejemplos reales, una hoja de ruta de optimización y una reflexión sobre el equilibrio entre datos y arte en la publicidad online.

Herramientas 2.0: blogs, redes y portales

En esta lección exploraremos a fondo el ecosistema de herramientas 2.0 —blogs, redes sociales y portales colaborativos— como piezas clave en el marketing digital actual. Aprenderás cómo cada plataforma aporta valor específico, cómo se complementan entre sí y cuáles son las mejores tácticas para aprovecharlas al máximo en la generación de autoridad orgánica como en la optimización de campañas de pago. Descubrirás estrategias para crear contenido relevante, aumentar el engagement, gestionar la reputación digital y medir resultados con un enfoque sostenible y ético. Esta lección te dotará de recursos prácticos y casos reales para

aplicar de inmediato en tus proyectos de marketing online.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

En esta lección, tendrás la oportunidad de integrar la teoría y la creatividad a través de ejercicios escritos

inspirados en situaciones reales de la publicidad online. Pondrás a prueba tu capacidad para plantear o argumentar decisiones estratégicas y reflexionar sobre los retos éticos y regulatorios que enfrenta el marketing digital actual. Este espacio está pensado para que desarrolles un estilo auténtico, defendiendo tus ideas de manera justificada y aplicando los conceptos aprendidos, pero desde tu propia perspectiva.

Cada capítulo te invitará a tomar decisiones, escribir relatos o defender posturas

críticas. Aprovecha esta

oportunidad para experimentar y comunicar lo que sabes de modo personal y profesional. ¡Las mejores

Role playing y estado de avance

En esta lección tendrás la oportunidad de repasar los conceptos esenciales sobre publicidad online mediante actividades dinámicas. Primero, consolidarás tus conocimientos principales con tarjetas didácticas para que

recuerdes de manera práctica los modelos, métricas y buenas prácticas vistas en la unidad. Luego, te sumergirás en un role playing interactivo, poniéndote en la piel de un profesional de marketing frente a situaciones reales y tomando decisiones con fundamento. Aprovecha esta revisión para afianzar los aprendizajes.

Evaluación de la unidad

En esta lección podrás demostrar tu comprensión sobre los temas y herramientas clave de la publicidad que hemos explorado en la unidad. Las preguntas cubren desde modelos estratégicos, métricas, formatos, canales y muchos otros conceptos esenciales para el marketing de nuestros días.

Lee atentamente cada pregunta, piensa en los ejemplos y explicaciones vistas en clase, y selecciona la respuesta correcta antes de avanzar. Este es tu momento para afianzar conocimientos y preparar tu siguiente paso como profesional del marketing digital.

Medios de pago y transacciones seguras

Para comenzar

En esta lección introductoria descubrirás por qué los medios de pago digitales son mucho más que simples herramientas de cobro. Exploraremos juntos cómo, en apenas unos años, la manera de comprar y vender online ha cambiado radicalmente, y por qué entender los pagos es clave para cualquier estrategia de negocio en Internet.

Aprenderás conceptos esenciales de medios bancarios, no bancarios y las bases para operar de forma

Prepara tu curiosidad y da el primer paso: este recorrido te ayudará a sentar las bases para convertirte en un profesional capaz de seleccionar y optimizar los medios de pago más adecuados, siempre cuidando la seguridad y la experiencia del cliente.

Medios de pago no bancarios y bancarios

En esta lección explorarás la profunda transformación de los medios de pago digitales, diferenciando claramente entre soluciones bancarias —sustentadas en la infraestructura financiera tradicional— y medios no bancarios surgidos de la innovación *fintech* y tecnológica. Aprenderás su historia, anatomía, ventajas, retos regulatorios y operativos, así como las tendencias que están revolucionando el comercio electrónico y el ecosistema

A lo largo de diversos capítulos, analizaremos desde los procesos detrás de cada pago, pasando por los modelos de negocio y la seguridad involucrada, hasta llegar a estrategias prácticas para seleccionar e integrar métodos eficientes, seguros y sostenibles que impulsen las ventas y la experiencia del cliente. Al finalizar, comprenderás cómo conviene a cada tipo de comercio y cómo tomar decisiones fundamentadas para tu propio proyecto.

Pagos específicos para canales digitales

En esta lección vas a sumergirte en el fascinante universo de los pagos digitales diseñados para apps móviles, videojuegos, redes sociales y otros entornos interactivos. Exploraremos cómo funcionan los pagos "in-channel", cuáles son sus ventajas e inconvenientes, cómo impactan en la experiencia de usuario y qué retos técnicos, regulatorios y éticos debemos anticipar. Aprenderás a diferenciar los métodos tradicionales de pago online de las soluciones integradas que están revolucionando el comercio digital y la monetización de la economía creativa. Al final, habrás descubierto por qué los pagos invisibles pueden ser claves estratégicas en un negocio digital.

Evolución y tendencias de los medios de pago

En esta lección realizaremos un recorrido ameno y profundo por la evolución de los medios de pago en el comercio digital: desde las tarjetas de cartón de los años cincuenta hasta la sofisticación de las transferencias instantáneas y monedas digitales actuales. Analizaremos la cronología de la innovación en pagos, los vectores de cambio tecnológico y regulatorio más significativos y las últimas tendencias en seguridad, integración y sostenibilidad. Veremos cómo distintos países y regiones implementan soluciones innovadoras que impactan el día a día de los comercios y sus clientes. Finalmente, los estudiantes podrán identificar los retos clave y las mejores prácticas para anticipar los cambios en un entorno cada vez más global, con ejemplos prácticos, conceptos esenciales y propuestas aplicadas.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

Esta lección te invita a salir de la teoría para explorar, analizar y reflexionar acerca de los medios de pago en el entorno digital a partir de tu propio criterio y creatividad. A través de ejercicios abiertos, podrás conectar lo aprendido con situaciones reales o hipotéticas similares a las que

enfrentarías como profesional, combinando diagnóstico, propuesta, análisis ético y visión estratégica.

El objetivo es que apliques los conceptos clave de la unidad —costes y riesgos de los métodos de pago, integración de nuevas soluciones, impacto ético y sostenibilidad— con originalidad y ejemplos concretos.

Role playing y estado de avance

En esta lección de repaso podrás poner a prueba y afianzar los conocimientos adquiridos sobre medios de pago y transacciones seguras en el entorno digital. A través de actividades interactivas, revisarás los conceptos fundamentales de la unidad, resolverás dudas habituales y experimentarás de manera práctica cómo abordar decisiones y retos reales en la gestión de pagos online. El objetivo es que descubras cuánto has avanzado, refuerces los puntos clave y te sientas preparado para afrontar situaciones profesionales relacionadas con pagos digitales, riesgos y seguridad.

Evaluación de la unidad

Pon a prueba tus conocimientos sobre medios de pago y transacciones seguras en el entorno digital. E abarca los conceptos clave de la unidad, desde tipos de métodos de pago y su integración operativa hasta seguridad, normativas, tendencias y sostenibilidad.

Elige la opción más correcta en cada pregunta, utilizando lo aprendido para razonar y tomar decisiones.

Gestión de clientes online

Para comenzar

¡Bienvenido a la unidad sobre **Gestión de clientes online**! Aquí descubrirás cómo la tecnología, los datos y la empatía pueden transformar la forma en la que interactuamos con nuestros clientes. En esta introducción, te daremos una visión panorámica de los conceptos esenciales, la evolución del CRM y por qué la gestión de clientes es la clave para el éxito de negocios digitales. Comenzaremos con ejemplos cercanos y prepararemos el terreno para profundizar en el apasionante universo del marketing personalizado, la automatización y la fidelización sostenible. ¡Prepárate para entender el valor de cada cliente y cómo cultivar relaciones duraderas en la era digital!

Tipologías y segmentación de clientes digitales

En esta lección descubrirás cómo la segmentación de clientes permite transformar audiencias invisibles en oportunidades reales de negocio. Aprenderemos el porqué y el cómo de dividir la base de usuarios, qué variables y modelos permiten encontrar los segmentos más valiosos y cómo convertir esa información en acciones. Analizaremos las tipologías digitales más comunes, el uso de herramientas analíticas y los

retos éticos de este proceso, con ejemplos atractivos y ejercicios que te ayudarán a diseñar tus propias estrategias de segmentación en el entorno online.

Software CRM y automatización

En esta lección nos adentraremos en el mundo del software CRM moderno y la automatización aplicada a la gestión de clientes online. Aprenderás cómo los sistemas CRM han evolucionado de simples bases de datos a plataformas inteligentes capaces de automatizar tareas, predecir comportamientos y personalizar la experiencia de cada usuario. Descubrirás cómo se estructuran los CRMs actuales, qué procesos pueden automatizarse en marketing y servicio, y qué métricas realmente importan para evaluar el éxito de la automatización. Analizaremos casos reales, buenas prácticas, errores comunes y tendencias futuras, además de repasar tecnologías y criterios clave para seleccionar una solución efectiva y segura.

Estrategias de fidelización y valor añadido

En esta lección aprenderás cómo diseñar y optimizar estrategias de fidelización con impacto real en la rentabilidad y competitividad de negocios digitales. Descubrirás conceptos fundamentales como el valor del cliente a lo largo del tiempo (CLV), el impacto del “Customer Acquisition Cost” (CAC), las mecánicas de programas de lealtad bien ejecutados, usos innovadores del CRM en la fidelización y las mejores prácticas para vincular sostenibilidad y valor añadido. Analizaremos casos inspiradores, errores comunes y tendencias futuras para que seas capaz de diseñar tu propia hoja de ruta hacia una clientela más leal, rentable y comprometida, siempre desde un enfoque ético y sostenible.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

En esta lección tendrás la oportunidad de aplicar de forma creativa varios de los conceptos claves que has trabajado a lo largo de la unidad. Mediante ejercicios de redacción libre, te invitaremos a analizar segmentos de clientes, diseñar automatizaciones útiles y proponer iniciativas de fidelización con enfoque sostenible. Más allá de demostrar tus conocimientos, este espacio te permitirá experimentar, proponer ideas originales y conectar con ejemplos reales o imaginarios de tu entorno profesional o personal.

Esta es una excelente ocasión para poner en valor tu mirada estratégica y reflejar tu comprensión de cómo los datos, la tecnología y la empatía pueden unirse para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la rentabilidad.

Role playing y estado de avance

En esta lección de repaso consolidarás todos los conocimientos adquiridos sobre la gestión de clientes online. Comenzarás repasando los conceptos y métricas clave mediante tarjetas interactivas que te ayudarán a fijar aprendizajes esenciales. Luego, pondrás en práctica lo aprendido participando en un role playing realista donde desempeñarás el papel de analista CRM interactuando con una IA especializada.

El objetivo es que afiances tu comprensión de segmentación, automatización y fidelización, preparándote para enfrentar retos con mayor seguridad. Aprovecha este repaso para identificar áreas de mejora y ganar confianza.

Evaluación de la unidad

Esta evaluación te ayudará a comprobar cuánto dominas los conceptos fundamentales de la gestión de marketing online, la segmentación, los programas de fidelización, la automatización CRM y la ética en el uso de datos.

Encontrarás preguntas de opción múltiple que abordan escenarios reales y te permitirán afianzar lo aprendido en esta unidad.

Recuerda que el objetivo principal es consolidar tus capacidades aplicando tus conocimientos a distintos casos, desafíos y situaciones comunes en el entorno digital. Al finalizar, tendrás una visión clara de tus puntos fuertes y de las áreas en las que puedes seguir mejorando.

Evaluación final

Evaluación final

Bienvenido a la evaluación final del curso, donde podrás poner a prueba todos los conocimientos y habilidades adquiridos sobre marketing digital, comercio electrónico, medios de pago, gestión de clientes, fidelización y más. Resuelve cada pregunta y actividad mostrando tu capacidad para analizar, argumentar y aplicar conceptos clave del marketing moderno en Internet. Lee con atención cada enunciado y recuerda que no existen atajos: piensa o redacta tus respuestas con fundamento en lo aprendido.