



H. CONSEJO DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

Presente

A las Comisiones de Educación y Hacienda del H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual, la Rectora de esta dependencia ha turnado la propuesta que contiene la creación del **Curso "Customer Relationship Management (CRM)"**, para ser impartido por el Sistema de Universidad Virtual, de conformidad con la siguiente

JUSTIFICACIÓN

- 1) Que el Sistema de Universidad Virtual, de conformidad con su Estatuto Orgánico, desde su creación ha impulsado la educación para toda la vida a través del Programa de Educación Continua.
- 2) Que la Unidad de Promoción remitió a la Rectoría del Sistema de Universidad Virtual, la propuesta de creación del **Curso "Customer Relationship Management (CRM)"**.
- 3) Que el Curso tendrá una duración de 40 horas y se podrá ofrecer de conformidad con la demanda, en forma virtual, presencial o semipresencial.
- 4) Que del expediente se desprenden los elementos que justifican la creación del Curso, siendo el siguiente: Con el crecimiento exponencial que ha experimentado la tecnología en los últimos años, cada vez existen más organizaciones, tanto públicas como privadas que están apostando a la transformación digital de sus actividades y, por ende, a la búsqueda de perfiles especializados al respecto.

El curso "Customer Relationship Management (CRM)" surge entonces como una respuesta a los requerimientos del mercado profesional, de contar con recursos humanos con una visión innovadora y que conozcan y sepan aplicar diversas herramientas que son tendencia actual y futura en la eficiencia de mercado de una organización.

Que una organización entienda la importancia de aplicar el Marketing de relaciones en su negocio, le permitirá generar un sistema eficiente para el seguimiento de sus clientes actuales y potenciales, brindando un adecuado servicio preventa y posventa; lo cual, está dirigido a la creación de fidelidad de mercado, haciendo a la organización más competitiva.

- 5) Que se cuenta con la planta académica necesaria para el desarrollo del programa.
- 6) Que se tienen los recursos propios para el desarrollo e implementación del **Curso "Customer Relationship Management (CRM)"**.
- 7) Que el Curso se ofrecerá por medio de la Unidad de Promoción del Sistema de Universidad Virtual.
- 8) Que esta propuesta fortalece el Programa de Educación Continua de la Universidad de Guadalajara y, en forma particular, del Sistema de Universidad Virtual; entre cuyos objetivos está brindar actualización para sus egresados, para diversos sectores de la sociedad y para el público en general, dentro del marco de referencia de educación para toda la vida.



Que los integrantes de las Comisiones de Educación y Hacienda de este H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual, están de acuerdo en aprobar el presente dictamen, de conformidad con lo antes expuesto y con el siguiente:

CONSIDERANDO

- I. La Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad al artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo del Estado con fecha 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto número 14319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5º de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, son fines de esta Casa de Estudios, la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socioeconómico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; además de coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación media superior y superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- III. Es atribución de la Universidad de Guadalajara realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- IV. De acuerdo con el artículo 22 de la Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- V. El Sistema de Universidad Virtual fue creado el 1º de enero de 2005 por el H. Consejo General Universitario, mediante dictamen número I/2004/372 aprobado en la sesión extraordinaria del 16 de diciembre de 2004.
- VI. Como se señala en el artículo 2º de su Estatuto Orgánico, el Sistema de Universidad Virtual es un órgano desconcentrado de la Universidad de Guadalajara, encargado de ofrecer, administrar y desarrollar programas educativos en la modalidad virtual, en los niveles medio superior y superior, así como realizar actividades de investigación, extensión y difusión de la cultura.
- VII. El Consejo del Sistema de Universidad Virtual, según lo dispone la fracción V del artículo 13 de su Estatuto Orgánico, tiene atribuciones para aprobar los cursos de actualización y diplomados.
- VIII. El Consejo del Sistema de Universidad Virtual funciona en pleno o por las comisiones que establezca de acuerdo con sus necesidades, según lo señala el artículo 14 de su Estatuto Orgánico. Entre las comisiones del Consejo se encuentran la de Educación y Hacienda.
- IX. De acuerdo con el artículo 12 del Reglamento de Cursos de Actualización y Diplomados de la Universidad de Guadalajara, el H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual es competente para aprobar los diplomados y cursos de actualización.



- X. El Rector del Sistema de Universidad Virtual es la primera autoridad ejecutiva y tiene la atribución de ejecutar los acuerdos y dictámenes del H. Consejo de esta dependencia universitaria, de conformidad con el artículo 15 y 18 fracción XIII del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 1º, 5º fracciones I, II y IV, 6º fracciones III y XII, 21 fracción VII de la Ley Orgánica; 4 al 21 del Reglamento de Cursos de Actualización y Diplomados, así como los artículos 2º, 13 fracción V, 14, 15 y 18 del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual, nos permitimos proponer los siguientes:

RESOLUTIVOS

PRIMERO. Se aprueba la creación del **Curso "Customer Relationship Management (CRM)"**, para ser operado por la Unidad de Promoción del Sistema de Universidad Virtual en la modalidad virtual, presencial o semipresencial.

SEGUNDO. Se aprueban como objetivos y contenidos del Curso, los siguientes:

Objetivo:

Aplicar el Marketing de relaciones en su negocio y desarrollar un proyecto con herramientas gratuitas de Gestión de Relaciones con los Clientes.

Contenido:

Unidad I. Introducción al mundo de CRM

1. ¿Qué es un CRM?

- Introducción a herramientas de CRM
- CRM como estrategia de marketing y ventas para tu negocio
- Pilares fundamentales de un CRM
 - Tecnología
 - Proceso de Interacción con los clientes
 - Factor Humano
- ¿Qué es el marketing de relaciones?

2. Introducción a bases de datos

- ¿Qué es una base de datos?
- Estructura de una base de datos para gestionar la relación con el cliente
- Obtención y almacenamiento de datos
- Análisis de información

3. Funnel de conversión

- ¿Qué es el funnel de conversión?
- Ciclos de ventas de tu negocio
- Principales métricas para medir la eficacia del funnel de conversión.
- Áreas de mejora en el recorrido del usuario.



4. Principales CRM en marketing digital

- Herramientas CRM en el mercado. Cuadro comparativo
- Características principales a evaluar para decidir qué CRM aplicar para tu negocio.
- Crear una cuenta gratuita en Hubspot CRM
- Introducción a Hubspot CRM. Configuración inicial.

Unidad 2. Herramientas digitales CRM

1. Uso de CRM para administrar bases de datos de clientes.

- Terminología de CRMs para las interacciones con los clientes, leads, oportunidades, cuentas, contactos y proyectos
- CRM como metodología de trabajo
- Generación de estrategias de marketing relacional
- Herramientas, contactos, compañías, propiedades, filtros guardados, tareas y colas de tareas

2. Vender más utilizando CRM

- Como organizar tu pipeline de ventas
- Segmentaciones de clientes utilizando CRMs
- Email marketing como estrategia de ventas
- Integrar Hubspot con Gmail
- Analítica de marketing y ventas

3. Desarrollo de Formulario Web utilizando CRM

- Cómo crear un formulario web
- Incrustar un formulario en tu sitio web
- Call to action
- Gestionar información de prospectos

4. Cómo generar engagement utilizando un CRM

- ¿Qué es el engagement y cómo medirlo?
- ¿Cómo crear una estrategia para incrementar el engagement?
- Principales métricas para medir el engagement

5. Introducción a marketing automation

- ¿Qué es el marketing automation?
- Flujos de automatización por medio de correo electrónico
- Creación de chatflow en tu sitio web para gestionar contactos.

TERCERO. Se aprueba como duración del curso un total de 40 horas.

CUARTO. Las fechas de impartición del Curso, así como los cupos mínimos y máximos, serán determinados por la Rectoría del Sistema de Universidad Virtual, a propuesta de la Unidad de Promoción.

QUINTO. Los participantes deberán realizar un pago de 28.1998 Unidades de Medida de Actualización (UMA).



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

CONSEJO DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DICTAMEN SUV/08/2020

SEXTO. Para la expedición de la respectiva constancia del curso, se requiere que el participante cumpla con el 80% de las actividades de aprendizaje programadas.

SÉPTIMO. Los recursos humanos y materiales destinados para la operación de este Curso serán los que determine la Rectoría de conformidad con el presupuesto con el que cuenta el Sistema.

OCTAVO. Facúltase a la Rectora del Sistema de Universidad Virtual para que, con fundamento en el artículo 18 fracción XIII del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual, ejecute el presente dictamen.

Así lo resolvieron y firmaron para constancia los miembros de las Comisiones de Educación y Hacienda del H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual.

Atentamente

"Piensa y Trabaja"

"Año de la Transición Energética en la Universidad de Guadalajara"

Guadalajara, Jalisco, 02 de marzo de 2020

Las Comisiones conjuntas de Educación y Hacienda

H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual

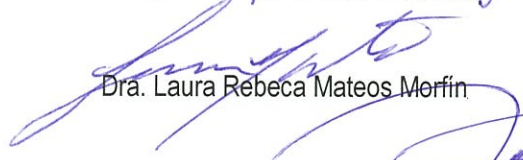

Dra. María Esther Avelar Álvarez
Presidenta

Comisión de Educación


Dra. Blanca Estela Chávez Blanco


Mtro. Gladstone Oliva Iñiguez


Mtra. Rosa María Galindo González

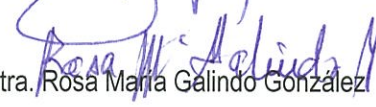

Dra. Laura Rebeca Mateos Morfin


Dr. Jorge Alberto Balpuesta Pérez
Secretario de Actas y Acuerdos

Comisión de Hacienda


Mtra. María del Consuelo Delgado González


Lic. Laura Topete González


Mtra. Rosa María Galindo González