



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: COM312\_3**

**Código: COM312\_3**

**NIVEL: 3**



**Big Data (Marketing):** Factores claves de éxito en la gestión comercial de las organizaciones es la obtención, el análisis de la información y la investigación de mercados. En los últimos años, se ha añadido como sinónimo del uso de grandes volúmenes de datos. Actualmente existe una enorme cantidad de información procedente de consumidores que navegan por internet y que nos dejan información sobre quién son, cuáles son sus intereses y preferencias, con quiénes se relacionan o dónde compran. Toda esta información necesita tecnologías específicas para gestionar grandes volúmenes de datos.

**Codificar:** Registrar caracteres (números, letras, especiales, entre otros) siguiendo un código, asignándolos a los documentos, para identificarlos y localizarlos en los depósitos. Por extensión, se utiliza para asignar identificación a cualquier tipo de objeto.

**Código ESOMAR:** Regulación de la profesión de la investigación social y de mercados. Documento que recoge los criterios, normas y valores que deben aplicar quienes desean llevar a cabo correctamente la actividad investigadora.

**Contingencia:** Suceso que puede ocurrir o no, especialmente un problema que se plantea de forma imprevista.

**CRM:** ("Customer Relationship Management", en español, Gestión de la Relación con el Cliente). Gestión 360° de ventas, marketing, atención al cliente y todos los puntos de contacto.

**Cronograma:** Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo para elaborar calendarios de trabajo o actividades. Documento en el que se establece la duración de un proyecto, la fecha de inicio y final de cada tarea.

**Data Mining (Marketing):** (En español, minado de datos). Grupo de técnicas y tecnologías que ayudan a extraer patrones de comportamiento, que se repiten de manera consistente, en grandes bases de datos. Es decir, es un proceso que ayuda a segmentar y comprender grandes cantidades de datos y transformarla en información útil para la investigación comercial de una empresa o sector.

**Debates asíncronos:** Forma de intercambio de información en la que los participantes utilizan el sistema de comunicación en tiempos diferentes. Sería el caso del correo electrónico, por ejemplo, pues el receptor puede leer el mensaje en cualquier momento después de que el receptor lo envíe, sin que se produzca esa simultaneidad en la comunicación. Los debates asíncronos suelen plantearse de forma online a través de foros en los que se pueden plantear preguntas, esperando que otra persona las conteste, o responder cuestiones previamente realizadas por otros usuarios.

**EEG (Marketing):** (Electroencefalografía). Técnica muy utilizada en neuromarketing que, además de ser portátil y relativamente económica, aporta información de valor sobre la actividad cerebral. se analiza y registra la actividad eléctrica en el cerebro utilizando una banda o casco con sensores pequeños colocados en el cuero cabelludo. Ofrece una alta resolución temporal para la detección de cambios breves en la actividad cerebral a costes relativamente



bajos. Es una técnica empleada para conocer como inciden en la mente del potencial consumidor los atributos y cualidades de un producto.

**ERP:** (Enterprise Resource Planning. En español, Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales). También planificación de recursos empresariales. Software diseñado para administrar e integrar las funciones de los procesos comerciales centrales como finanzas, recursos humanos, cadena de suministro y administración de inventario en un solo sistema.

**Geolocalización (Marketing):** Técnica de marketing digital basada en la personalización de los contenidos en base a la localización geográfica de los compradores potenciales. Esta técnica permite ofrecer contenido, filtrado según el lugar de residencia, para una mejor experiencia de usuario.

**GSR:** (Galvanic Skin Response. En español, respuesta galvánica de la piel). Medida de las continuas variaciones en las características eléctricas de la piel, por ejemplo, la conductancia, causada por la variación de la sudoración del cuerpo humano. Algunos estudios han destacado la relación entre la señal GSR y algunos estados mentales, como por ejemplo estrés, cansancio y compromiso. En Neuromarketing se emplea para detectar como afectan ciertos estímulos publicitarios en las personas sometidas a la prueba, a través de dispositivos colocados con los pacientes.

**Hoja de cálculo:** Aplicación de software que muestra y procesa información (generalmente matemática) en un formato tabular, permite la manipulación de valores dispuestos en forma tabular distribuidos en filas y columnas. Cada valor se encuentra alojado en una celda y puede tener una relación predefinida con otro valor (celda referenciada), en cuyo caso al cambiar el valor en la celda base, se recalculará automáticamente el valor correspondiente en la celda referenciada.

**Indizar:** Hacer índices de algo. Registrar ordenadamente datos e informaciones, para elaborar su índice.

**IRMF (Marketing):** Imagen por Resonancia Magnética Funcional. Técnica que usa un imán para rastrear el flujo sanguíneo del cerebro a medida que los sujetos responden a las señales de audio y visuales. Esto permite a los examinadores acceder a una parte profunda del cerebro conocida como "centro de placer", y a los profesionales de marketing saber cómo las personas en realidad responden a su publicidad.

**Offline:** (En español "fuera de línea"). Estado no activo de conectividad en Internet.

**Online:** Estado activo de conectividad en Internet.

**PET (Marketing):** (Positron Emission Tomography. En español, tomografía de emisión de positrones). Técnica diagnóstica no invasiva que permite tomar imágenes del organismo del paciente que muestran la actividad y el metabolismo de los órganos del cuerpo. Debido a que es un método invasivo rara vez se utiliza en Neuromarketing.



**Procesador de texto:** Aplicación de software utilizada para la creación de cualquier documento imprimible y/o editable, basado principalmente en textos tales como cartas, artículos, informes, libros, revistas, entre otros. Otorga la capacidad de crear, almacenar e imprimir un documento permitiendo escribir, editar, insertar gráficos, dar formato y guardar el documento fácilmente.

**Protocolo:** Conjunto de normas y procedimientos establecidos para el desarrollo de una actuación.

**Recurso didáctico:** Cualquier medio o ayuda que facilite los procesos de enseñanza-aprendizaje y, por lo tanto, el acceso a la información, la adquisición de habilidades, destrezas, y estrategias, y la formación de actitudes y valores. Puede distinguirse entre recursos personales, metodológicos (técnicas, agrupamientos, uso del espacio y el tiempo, entre otros.), recursos ambientales (p.e. vinculación de contenidos al entorno próximo) y recursos materiales. Estos últimos comprenderían tanto los materiales estrictamente curriculares, como cualquier otro medio útil no creado necesariamente para el ámbito docente (p.e. materiales no convencionales, tomados de la vida cotidiana, contruidos por el propio alumnado, entre otros).

**Redes sociales:** También RR. SS. Estructura formada en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ella, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

**Retribución:** Cantidad de dinero o cosa que se da a una persona como pago por un trabajo o un servicio. La retribución puede ser dineraria o no dineraria (especie).