



GLOSARIO DE TÉRMINOS

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Control y formación en consumo

Código: COM313_3

NIVEL: 3

B2A: (Anglicismo. Business to Administration. En español, empresa a Administración). Relaciones y transacciones que las compañías establecen con las Administraciones Públicas en la red. Es decir, cubre todos los servicios que la Administración ofrece a las empresas para llevar a cabo sus trámites de manera online.

B2B: (Anglicismo. Business to Business. En español, negocio a negocio). Transacciones comerciales entre empresas, es decir, a aquellas que típicamente se establecen entre fabricantes y/o un fabricante con su distribuidor, o entre un distribuidor y un minorista.

B2C: (Anglicismo. Business to consumer. En español, empresa a consumidor). Estrategia que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o consumidor final.

Big Data: (Anglicismo. En español, datos masivos). Proceso de recopilación, análisis y utilización de gran cantidad de datos para ayudar a las empresas a tomar decisiones estratégicas, mejorando el entendimiento del comportamiento de sus clientes.

C2C: (Anglicismo. Customer to Customer). En español, cliente a cliente). Modelo de negocio en la red que pone en contacto a un consumidor final con otro para que se pueda realizar la compra y venta de un producto.

Ciberseguridad: Conjunto de elementos, medidas y equipos destinados a defender las computadoras, los servidores, los dispositivos móviles, los sistemas electrónicos, las redes y los datos de ataques maliciosos. También se conoce como seguridad de tecnología de la información, seguridad de la información electrónica o seguridad informática.

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.

E-CRM: Administración de relaciones con el cliente, sistema informático que recopila datos de una variedad de canales de comunicación diferentes: sitios web, teléfonos, correos electrónicos, chats en vivo, materiales de marketing y redes sociales de la compañía. A través de él, las empresas aprenden más sobre sus audiencias objetivo y cómo atender mejor sus necesidades.

E-newsletter: (Anglicismo). Boletín o publicación digital informativa que se distribuye a través de correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral). Normalmente contienen artículos de interés sobre la marca y del ámbito en que la misma se desenvuelve.

Hoja de cálculo: Documento ofimático creado con una aplicación de software que muestra y procesa información (generalmente matemática) en un formato tabular, permite la manipulación de valores 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.

Influencer: (Anglicismo). Persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales.

Inteligencia Artificial: Habilidad de una máquina de presentar las mismas capacidades que los seres humanos, como el razonamiento, el aprendizaje, la creatividad y la capacidad de planear.

Intranet: (Anglicismo). Red informática interna de una empresa u organismo, basada en los estándares de Internet, en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web.

IOT: (Internet of the Things. En español, Internet de las Cosas). Infraestructura en la que múltiples sensores incorporados a dispositivos comunes y cotidianos (objetos) registran, someten a tratamiento, almacenan y transfieren datos e interactúan con otros dispositivos o sistemas haciendo uso de sus capacidades de conexión en red.

KPI: (Key Performance Indicator. En español, Indicador Clave de Rendimiento). Cada uno de los indicadores que utilizan las empresas para supervisar y evaluar la eficiencia de sus operaciones diarias.

Marketing: (Anglicismo. En español, mercadotecnia, mercadeo o mercadología). Conjunto de actividades y procesos destinados a crear y comunicar valor de marca, identificando y satisfaciendo las necesidades y deseos de los consumidores.

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

RSC: La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de dirigir las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.