



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Marketing y negociación internacional**

**Código: COM316\_3**

**NIVEL: 3**

**Asertividad:** Habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás, es una forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva.

**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 360º de ventas, marketing, atención al cliente y todos los puntos de contacto.

**E-commerce:** (Anglicismo. En español, comercio en línea). También comercio por Internet. Compra y venta de productos o de servicios a través de internet, tales como redes sociales y otras páginas web. También puede ser definido como una actividad económica que permite el comercio de diferentes productos y servicios a partir de medios digitales, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Por medio de la red virtual, los clientes pueden acceder a diversos catálogos de marcas, servicios y productos, en todo momento y en cualquier lugar.

**EDI:** (Electronic Data Interchange. En español, Intercambio Electrónico de Datos). Formato electrónico estándar que sustituye documentos en papel, como pedidos de compra o facturas, mejorando la comunicación entre empresas.

**Empatía:** Sentimiento de identificación con algo o alguien. Capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos.

**ERP:** (Enterprise Resource Planning. En español, Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales). Software diseñado para administrar e integrar las funciones de los procesos empresariales de distintas áreas: finanzas, recursos humanos, cadena de suministro, administración de inventario y operaciones.

**Fidelización:** Acción conducente a crear un vínculo entre la entidad u organización y el usuario, con el fin de incrementar y consolidar su práctica o consumo.

**Imagen corporativa:** Percepción del público sobre una organización, el conjunto de creencias, actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos de los consumidores y usuarios sobre la entidad. Esa imagen no depende únicamente de los productos y servicios que ofrece la organización sino también de la relación que establece con sus clientes, usuarios, trabajadores y la sociedad en general.

**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.

**Marketplace:** (Anglicismo). Plataforma online en la que diferentes marcas, empresas o tiendas pueden vender sus productos o servicios. Centro comercial online.



**Online:** (Anglicismo). Estado activo de conectividad en Internet.

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

**Proxémica:** Disciplina o rama de la semiótica dedicada al estudio de la organización del espacio en la comunicación. Más concretamente, la proxémica estudia las maneras que siguen las personas a la hora de estructurar y utilizar el espacio.

**Recurso gráfico:** Ilustración vectorial, patrón visual o símbolo gráfico que se utiliza para manifestar visualmente una información, y que habitualmente van acompañados de una explicación textual.

**Redes sociales:** (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.

**SEM:** (Search Engine Marketing. En español, marketing en buscadores). Conjunto de herramientas, técnicas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad de sitios y páginas web a través de los motores de los buscadores pagando.

**SEO:** (Search Engine Optimization. En español, optimización para motores de búsqueda). Proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los buscadores, sin invertir en campañas de posicionamiento, es decir, gratuitamente.

**Videoconferencia:** Llamada mediante un sistema que permita la comunicación bidireccional y simultánea de imagen y sonido. Aplicación informática que la provee.