



GLOSARIO DE TÉRMINOS

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Gestión de marketing y comunicación

Código: COM652_3

NIVEL: 3

Análisis de datos: Proceso que consiste en inspeccionar, limpiar y transformar datos con el objetivo de resaltar información útil, para sugerir conclusiones y apoyo en la toma de decisiones.

Banner: (Anglicismo). Pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña.

Briefing: (Anglicismo). Documento que sirve como herramienta de comunicación entre una empresa y sus proveedores de marketing. En él, la empresa debe explicar qué está buscando conseguir con un proyecto en concreto, para qué, en qué plazo temporal y con qué medios.

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.

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.

Custodiar: Guardar y cuidar un bien documental. Por extensión, se aplica a la guarda y cuidado de objetos y personas.

Equipo de protección individual: (EPI). Dispositivo o medio que vaya a llevar o del que vaya a disponer una persona con el objetivo de que la proteja contra uno o varios riesgos que puedan amenazar su salud y su seguridad.

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.

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.

Identidad corporativa: Percepción que los clientes o consumidores tienen de una empresa, organización o institución. Estas emplean dicha identidad para diferenciarse de sus competidores y disfrutar de una mejor posición en su entorno económico.

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.

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.

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

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

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

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

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.