

Experto Universitario Customer Experience





Experto Universitario Customer Experience

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Ciencias Sociales, Administrativas y Empresariales.

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-customer-experience

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 20

06

Metodología

pág. 28

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 36

08

Dirección del curso

pág. 40

09

Impacto para tu carrera

pág. 44

10

Beneficios para tu empresa

pág. 48

11

Titulación

pág. 52

01 Bienvenida

El éxito de una empresa pasa hoy en día por su capacidad para ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente a través de múltiples herramientas digitales. La integración de aplicaciones móviles, la comunicación a través de redes sociales o el uso *Chatbots* son indispensables en este ámbito. Así, ser capaz de generar sensaciones únicas es todo un desafío para los profesionales que desean triunfar en el sector de los negocios. Para facilitar aún más la progresión en este campo, TECH ha diseñado esta titulación 100% online que proporciona un conocimiento avanzado sobre la experiencia de compra, las estrategias más actuales para la fidelización de consumidores y los sistemas empleados para el análisis del *Target*. Todo, con el mejor material didáctico y un profesorado de primer nivel.



Experto Universitario en Customer Experience.
TECH Universidad Tecnológica



“

Crea una experiencia de usuario memorable gracias a este Experto Universitario 100% online”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico”

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

La finalidad de este programa es proporcionar al alumnado una enseñanza avanzada en Customer Experience. Así, al concluir los 6 meses de duración de esta opción académica, el egresado dominará las principales herramientas empleadas para el análisis del perfil del consumidor y medir su grado de satisfacción. Unas técnicas que, además, complementará el aprendizaje sobre los canales digitales en pro de una experiencia de compra memorable. Para ello, TECH facilita la información más actualizada aportada por un profesorado especializado.



“

Identifica las oportunidades de mejora y refuerza las experiencias positivas a través del análisis de métricas que te propone este programa”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.
Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

Este Experto Universitario en Customer Experience capacitará al alumno para:

01

Identificar las fuentes de datos para la recogida de *Feedback* del cliente

04

Discernir qué principios básicos son necesarios mantener en la arquitectura tecnológica del reporte

02

Proporcionar las pautas de recogida del *Feedback* del cliente más convenientes según el momento del *Journey*

03

Proporcionar las claves para mejorar la calidad del dato y su consumo

05

Compilar los recursos y referencias de inspiración para el diseño de un cuadro de mandos CX eficaz



06

Diseñar un cuadro de mandos de satisfacción del cliente eficaz válido para diferentes roles y orientado a la toma de decisiones

08

Examinar y evaluar la *Shopping Experience*

09

Utilizar el Marketing emocional y el *Storytelling* para crear una experiencia de compra memorable

07

Analizar los diferentes aspectos que intervienen en el proceso de compra y venta, así como los patrones de consumo del mercado

10

Aplicar técnicas efectivas de comunicación para lograr una excelente atención al cliente y fomentar la fidelización



11

Integrar tecnología en espacios físicos que mejoran la experiencia

12

Establecer estrategias para aumentar la satisfacción del cliente de forma exitosa, y nuevos modelos de relación con los clientes conectando el plano digital con el físico

13

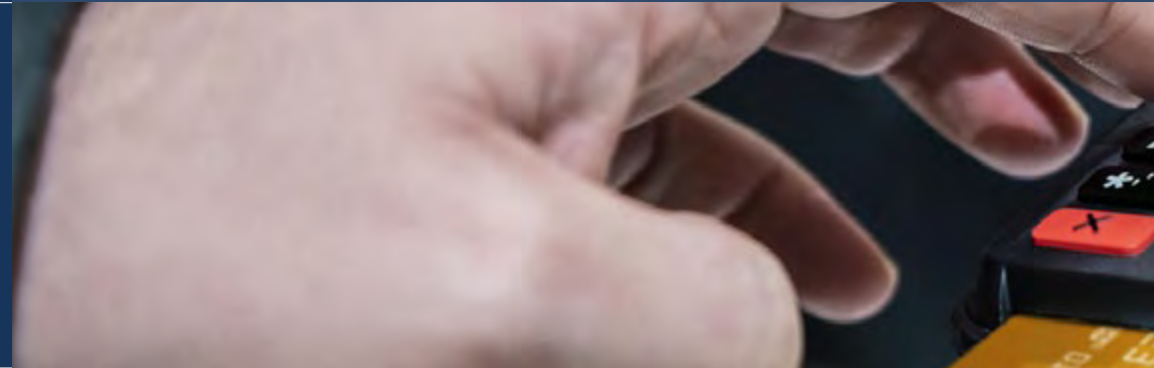
Analizar el impacto de la tecnología en la experiencia de compra y cómo utilizarla para mejorar la interacción con los clientes en la tienda física

14

Integrar *Chatbots* en los canales digitales para mejorar la eficiencia y la atención al cliente

15

Identificar el *Frictionless* y cómo se puede reducir la fricción en la experiencia de cliente en los diferentes canales



16

Medir y evaluar la satisfacción del cliente, eficiencia y otros factores relevantes

18

Generar y establecer un diseño omnicanal y cómo aplicarlo para crear una experiencia coherente y consistente

19

Explorar la optimización para motores de búsqueda y cómo se puede mejorar el posicionamiento para atraer a más clientes

17

Desarrollar habilidades para la gestión y el Marketing de contenido en los canales digitales, incluyendo la optimización para motores de búsqueda y el uso de *Influencers* y celebridades en redes sociales

20

Identificar cómo los *Influencers* y celebridades pueden ser utilizados para proporcionar una experiencia emocionalmente conectada con el cliente



05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Customer Experience es un programa cuyo plan de estudio ha sido diseñado para ofrecer un aprendizaje intensivo y de gran utilidad práctica desde el primer momento. De esta manera, el profesional que curse este programa podrá incorporar las técnicas y estrategias más efectivas para la mejora de la experiencia del cliente. Todo, además, con numerosos recursos didácticos en los que TECH ha empleado la última tecnología aplicada a la enseñanza universitaria.



“

Dispones de una biblioteca virtual, accesible las 24 horas del día desde cualquier dispositivo digital con conexión a internet”

Plan de estudios

El Experto Universitario en Customer Experience ofrece al egresado un completo aprendizaje sobre la generación de valor mediante experiencias personalizadas, la implementación de estrategias de fidelización con el fin de incrementar la satisfacción del cliente.

Para alcanzar dichas metas, el alumnado se adentrará en la selección de métricas y la identificación de cada perfil de consumidor con el fin de analizar el sentimiento que genera la compra y la detección de oportunidades. Además, gracias a los videorresúmenes de cada tema, los vídeos en detalle, las lecturas y casos de estudio el egresado profundizará de manera dinámica en el *Shopping Experience* y los distintos tipos de canales digitales para crear una atención óptima.

Asimismo, con el método *Relearning* el alumnado avanzará de manera más natural por el temario, consolidando los nuevos conceptos abordados y disminuyendo de esta manera las largas horas de estudio y memorización.

Sin duda, una excelente oportunidad para el profesional que desea compatibilizar una enseñanza de calidad con sus actividades diarias. Y es que sin presencialidad ni clases con horarios fijos, esta titulación ofrece flexibilidad y se adapta a las necesidades reales de los egresados.

Este Experto Universitario en Customer Experience se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1

Customer Experience *Analytics*

Módulo 2

Shopping Experience

Módulo 3

Digital Platforms Experience



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Customer Experience de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Customer Experience *Analytics*

<p>1.1. La calidad del dato y su activación. Elementos clave para un cuadro de mandos</p> <p>1.1.1. Captura de datos 1.1.1.1. Qué, cuándo y cómo recoger el <i>Feedback</i> del cliente</p> <p>1.1.2. Análisis de datos 1.1.2.1. Requisitos para mantener un sistema interpretable por las diferentes capas de la organización a lo largo del tiempo</p> <p>1.1.3. Toma de decisiones 1.1.3.1. Interpretación y acción</p>	<p>1.2. NPS, la lealtad del cliente</p> <p>1.2.1. NPS: ¿qué calcula y cómo?</p> <p>1.2.2. Uso del NPS como KPI de referencia. Pros y contras</p> <p>1.2.3. Ejemplos y referencias sectoriales</p>	<p>1.3. CSAT. Satisfacción del cliente</p> <p>1.3.1. CSAT: ¿qué calcula y cómo?</p> <p>1.3.2. Uso del CSAT como KPI de referencia. Pros y contras</p> <p>1.3.3. Ejemplos y referencias sectoriales</p>	<p>1.4. KPI complementarios</p> <p>1.4.1. CES: satisfacción del cliente con el grado de dificultad de una acción en concreto</p> <p>1.4.2. CLV: Valor de Vida del Cliente</p> <p>1.4.3. Tasas de abandono y retención</p> <p>1.4.4. Particularidades sectoriales</p>
<p>1.5. Reputación online. Importancia del dato semántico de internet</p> <p>1.5.1. Escucha activa en internet: análisis de reputación de marca en redes sociales, comparadores y tu web</p> <p>1.5.2. Estrategia de respuesta: la interacción como herramienta de gestión de la reputación de marca</p> <p>1.5.3. Plataformas para la escucha y la gestión</p>	<p>1.6. Contact Center. El teléfono, poderosa palanca para tomar el pulso del cliente</p> <p>1.6.1. Ilustración del rol del CX en el desarrollo de un producto de innovación</p> <p>1.6.2. Fases imprescindibles</p> <p>1.6.3. Errores comunes</p>	<p>1.7. Claves para la consecución de una visión holística del <i>Feedback</i> del cliente</p> <p>1.7.1. Selección de tus KPI óptimos</p> <p>1.7.2. Optimización del momento del <i>Journey</i> para la recogida del <i>Feedback</i></p> <p>1.7.3. Identificación de la experiencia del cliente por tipología de perfil de cliente</p>	<p>1.8. La arquitectura tecnológica. Aspectos clave</p> <p>1.8.1. Seguridad</p> <p>1.8.2. Privacidad</p> <p>1.8.3. Integridad</p> <p>1.8.4. Escalabilidad</p> <p>1.8.5. Tiempo real</p>
<p>1.9. El cuadro de mandos</p> <p>1.9.1. Roles 1.9.1.1. ¿Quién interactúa?, propósito y frecuencia</p> <p>1.9.2. Visualización del dato 1.9.2.1. Plataformas</p> <p>1.9.3. Valoración de las implicaciones de las integraciones</p>	<p>1.10. La experiencia del cliente desde diferentes puntos de partida: el camino hacia la excelencia</p> <p>1.10.1. Grado de conocimiento de tu cliente y el cliente objetivo</p> <p>1.10.2. Gestión de la experiencia con equipos externos</p> <p>1.10.3. Recursos, tiempo y seguimiento</p> <p>1.10.4. Evangelización desde el equipo directivo/ ejecutivo</p>		

Módulo 2. Shopping Experience

2.1. Shopping Experience

- 2.1.1. *Shopping Experience*
- 2.1.2. Generación de experiencias como vía de diferenciación
- 2.1.3. Claves para entender la *Shopping Experience*

2.2. El proceso de compra y ciclo de venta

- 2.2.1. Psicología del consumidor en la toma de decisiones de compra
- 2.2.2. El ciclo de venta. Claves para optimizar el proceso de venta
- 2.2.3. El mercado y los patrones de compra

2.3. Excelencia en el servicio de atención al cliente y postventa

- 2.3.1. Atención al cliente y servicio postventa
- 2.3.2. Atención al cliente omnicanal
- 2.3.3. Técnicas efectivas de comunicación con el cliente
- 2.3.4. Influencia del personal de la tienda en la experiencia de compra

2.4. Personalización en la experiencia del usuario

- 2.4.1. Personalización en la experiencia del usuario. Relevancia
- 2.4.2. Influencia de la personalización en la toma de decisiones de compra
- 2.4.3. Personalización en la atención física al cliente

2.5. Diseño de la experiencia del cliente en la tienda física

- 2.5.1. Diseño de la disposición de la tienda para mejorar la experiencia del cliente
- 2.5.2. Uso de los sentidos para generar emociones positivas en el consumidor
- 2.5.3. Estrategias para mejorar la experiencia en la tienda física

2.6. Tecnología en tienda

- 2.6.1. Pantallas interactivas en tiendas físicas
- 2.6.2. *Geotargeting*: uso de balizas para personalizar la experiencia de compra
- 2.6.3. Análisis de datos para mejorar la experiencia de compra

2.7. Marketing emocional en la experiencia de compra

- 2.7.1. Las emociones en la toma de decisiones de compra. Influencia
- 2.7.2. Diseño de estrategias de Marketing emocional
- 2.7.3. Uso de *Storytelling* en la experiencia de compra

2.8. Marketing sensorial en la experiencia de compra

- 2.8.1. Marketing sensorial. Relevancia
- 2.8.2. Técnicas de Marketing sensorial
 - 2.8.2.1. Los sentidos, generadores de emociones positivas en el consumidor
- 2.8.3. Tendencias en el Marketing sensorial. Futuro

2.9. Evaluación de la Shopping Experience

- 2.9.1. Métricas
- 2.9.2. Recogida de *Feedback* de los clientes
- 2.9.3. Acciones y técnicas de evaluación de la experiencia en tienda física

2.10. Creación de una experiencia de compra memorable

- 2.10.1. Creación de una experiencia de compra memorable
- 2.10.2. Tendencias *Retail*
- 2.10.3. *Shopping Experience* accesible

Módulo 3. Digital Platforms Experience

3.1. Los canales digitales

- 3.1.1. Internet de las Cosas(IoT) y su papel en los canales digitales
- 3.1.2. Tipos de canales digitales
- 3.1.3. Elección de los canales digitales adecuados para tu negocio

3.2. Canal web

- 3.2.1. Análisis de la experiencia del usuario en el canal web
- 3.2.2. Optimización de motores de búsqueda (SEO)
- 3.2.3. Diseño web líquido: adaptación a dispositivos móviles

3.3. Aplicaciones móviles y redes sociales

- 3.3.1. Tipos de aplicaciones móviles
- 3.3.2. Funciones esenciales de una App. Implementación
- 3.3.3. Impacto de las redes sociales en la experiencia del cliente
 - 3.3.3.1. Gestiones para mejorar la interacción y la satisfacción del cliente

3.4. Chatbots

- 3.4.1. Tipos de *Chatbots*
 - 3.4.1.1. *Chatbots* basados en reglas
 - 3.4.1.2. *Chatbots* basados en inteligencia artificial
 - 3.4.1.3. *Chatbots* híbridos
- 3.4.2. Integración de *Chatbots* en los canales digitales para mejorar la atención al cliente y la eficiencia
- 3.4.3. Diseño de un *Chatbot* para una experiencia de usuario intuitiva y efectiva

3.5. Tecnología de voz

- 3.5.1. La tecnología de voz. Casos de uso
- 3.5.2. Asistentes virtuales para mejora de la experiencia del cliente
- 3.5.3. La tecnología de voz en la experiencia del cliente. Tendencias y futuro

3.6. Customer Experience en los canales digitales

- 3.6.1. Customer Experience en los canales digitales
- 3.6.2. El diseño web como motor de mejora en la experiencia de usuario
- 3.6.3. La eficiencia como parte de la experiencia

3.7. Diseño para canales

- 3.7.1. Diseño omnicanal
- 3.7.2. Manejo del diseño para mejorar la experiencia en los diferentes canales
- 3.7.3. Sistemas de diseño: *Atomic Design* y *Design System*

3.8. Trabajo con los canales

- 3.8.1. Marketing de contenidos
 - 3.8.1.1. Creación de contenido valioso y relevante para el cliente en los canales digitales
- 3.8.2. Optimización de los canales digitales para mejorar el posicionamiento en los resultados de búsqueda
- 3.8.3. Uso de *Influencers* y celebridades para proporcionar una experiencia emocionalmente conectada con el cliente

3.9. Personalización

- 3.9.1. Personalización omnicanal. Experiencia de usuario personalizada
- 3.9.2. Inteligencia artificial
 - 3.9.2.1. Clusterización e hiperpersonalización
- 3.9.3. La personalización para crear ofertas y promociones relevantes y atractivas para cada cliente

3.10. Omnicanalidad y *Frictionless*

- 3.10.1. El concepto *Frictionless* y el impacto en la experiencia de cliente
- 3.10.2. Identificación y gestión de la fricción con el cliente



“

Aumenta las ratios de satisfacción y Engagement del cliente hacia la marca con las últimas tendencias digitales en Customer Experience”

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades directivas

Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario está dirigido a graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquier titulación en el campo de las Ciencias Sociales, Administrativas y Empresariales.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples naciones conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el Experto Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la experiencia del cliente.





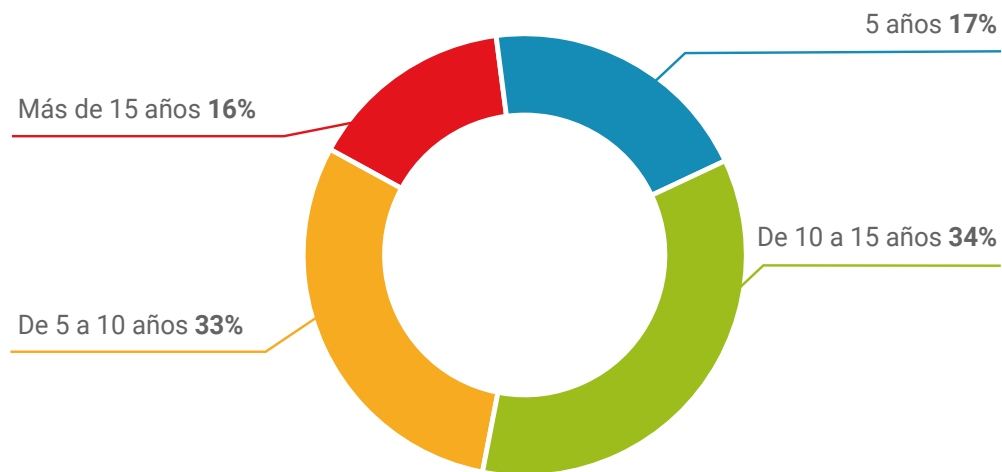
“

Si tienes experiencia en Marketing y buscas progresar en el área de la captación de cliente, este es el programa que necesitas”

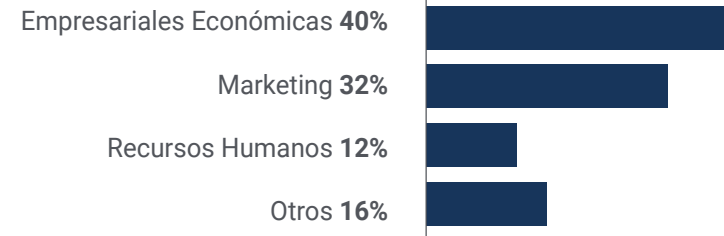
Edad media

Entre **35** y **45** años

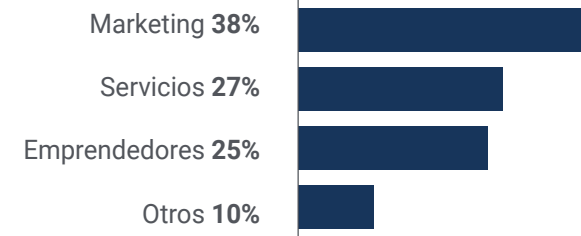
Años de experiencia



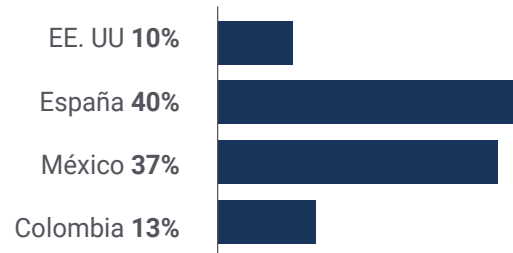
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Laura Cortijo Suárez

Experta en Customer Experience

“Esta titulación ha supuesto un plus para mi carrera profesional. Me ha permitido integrar nuevas estrategias digitales y sacarles el máximo rendimiento para mejorar la experiencia de los clientes de las empresas con las que trabajo. Una oportunidad única de la mano de los mejores expertos”

08

Dirección del curso

Uno de los elementos que distingue a esta titulación es el claustro encargado del diseño y elaboración de su temario. Gracias a su dilatada trayectoria profesional en el sector del Marketing, Captación de Clientes y UXLearn en destacadas compañías nacionales e internacionales, el egresado cuenta con la garantía de acceder a una información de gran valor para el impulso de sus conocimientos y el de su carrera en el ámbito de Customer Experience.



A black and white photograph showing three people from a different perspective, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape that covers the top right and bottom right portions of the page.

“

Distinguidos profesionales del Marketing y de Captación de Clientes serán los responsables de facilitarte la información más actual sobre Customer Experience”

Dirección



Dña. Yépez Molina, Pilar

- ♦ Consultora y Formadora de Marketing para empresas bajo la marca La Digitalista
- ♦ Directora Creativa Ejecutiva y Socia Fundadora creando y desarrollando campañas de Marketing Online y Offline en ÚbicaBelow
- ♦ Directora Creativa Ejecutiva creando y desarrollando campañas de Marketing Promocional y Relacional para clientes Online y Offline en Sidecar SGM
- ♦ Responsable Creativa Online y Creativa Ejecutiva en MC Comunicación
- ♦ Docente de Marketing Digital en el Colegio de Periodistas de Cataluña
- ♦ Docente de Marketing Digital y Estrategias de Comunicación en el Grado de Ingeniería de BES La Salle
- ♦ Docente de Marketing Digital en Euncet Business School
- ♦ Postgrado en Marketing Relacional por el Instituto de la Economía Digital ICEMD
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla

Profesores

D. Rueda Salvador, Daniel

- ♦ Customer Intelligence Director en Iberostar Group
- ♦ Digital Project Manager en Iberostar Group
- ♦ Analista en Innovación y Guest Experience
- ♦ Asesor de Comercio Exterior e Inversiones
- ♦ Agente de Recepción y Atención al Cliente
- ♦ Máster Universitario en Gestión Internacional de la Empresa por el Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO)
- ♦ Programa en Desarrollo Directivo, Administración y Dirección por Deusto Business School
- ♦ Graduado en Administración y Dirección de Empresas con Especialización en Marketing y Ventas por la Universidad Deusto Business School

Dña. De los Reyes Flores, Paloma

- ♦ Account Manager e Influencer Marketing en The NewsRoom Digital Group
- ♦ Production Assitant en Elle Magazine
- ♦ Máster en Dirección de Empresas de moda por ESDEN Business School
- ♦ Doble Grado en Derecho-ADE en la Universidad de Castilla-La Mancha



09

Impacto para tu carrera

Esta opción académica está concebida para impulsar la carrera del alumnado que la curse. Por esta razón, el temario de este programa cuenta con una perspectiva teórico-práctica, que le permitirá incorporar a su labor diaria las estrategias que mayor resultado están dando en la actualidad en torno a la Customer Experience. De esta forma, el egresado incrementará su campo de acción y podrá cumplir sus aspiraciones de progresión profesional en el sector.



“

Alcanza las metas profesionales que te has marcado en el campo del Customer Experience gracias a TECH”

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera.

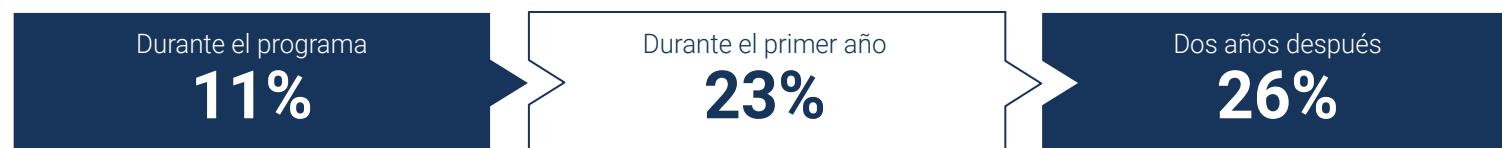
El Experto Universitario en Customer Experience de TECH es un programa intensivo que prepara al alumnado para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito gestión de la experiencia del cliente. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional, ayudando a conseguir el éxito.

Si el profesional quiere superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

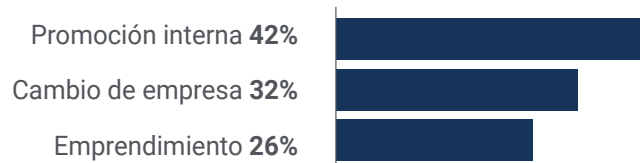
Conviértete en un experto en la mejora del servicio postventa e incrementa tu campo de acción profesional.

Lograrás un cambio positivo en tu carrera y en la experiencia de compra de los clientes.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **27%**



10

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Customer Experience sin duda contribuye en el dominio de la materia por parte del alumnado, pero también en la empresa donde desarrolle sus funciones. De esta manera, las entidades elevan su prestigio al contar con profesionales altamente cualificados, en continua actualización de sus conocimientos y que incorporan las últimas tendencias en este campo. Una opción académica que abre un abanico de posibilidades tanto para los profesionales como para las compañías de las que forman parte.



“

En la era digital el profesional de Customer Experience debe estar al tanto de las últimas tendencias. Consigue esa puesta al día con este Experto Universitario”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El alumnado será de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o desarrollo de negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Experto Universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Experto Universitario en Customer Experience garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Customer Experience** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Customer Experience**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario Customer Experience

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario Customer Experience

