

专科文凭

Customer Experience创新



专科文凭 Customer Experience创新

- » 模式: 在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 教学时数: 16小时/周
- » 课程表: 自由安排时间
- » 考试模式: 在线
- » 目标对象: 社会科学、行政管理和商业领域的大学毕业生、文凭和学位获得者

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-customer-experience-innovation

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的课程?	04 目标
4	6	10	14
	05 结构和内容	06 方法	07 我们学生的特质
	20	28	36
	08 课程管理	09 对你事业的影响	10 对贵公司的好处
	40	44	48
			11 学位
			52

01 欢迎

在企业层面利用最新技术已不再仅仅是一种竞争优势,而是公司领导者的必修课,尤其是在客户体验方面。Customer Experience创新是实施以客户为中心的文化的核心战略盟友,这一点不足为奇。以客户为中心,因此,专业人士会发现,这项 TECH 资格认证为客户提供了一个宝贵的机会,让他们对自己的公司赞不绝口。为此,将深入探讨客户体验项目的范围和实施,以及基于人工智能和虚拟现实的创新战略。所有这一切都可以随时随地实现,教学团队设计的内容将把毕业生的职业生涯推向意想不到的高度。



Customer Experience 创新专科文凭
TECH 科技大学



“

借助这个 100% 在线的 专科文凭，
制定成功的客户体验研究计划”

02

为什么在TECH学习?

TECH是世界上最大的100%在线商业学校。它是一所精英商学院，具有最大的学术需求模式。一个国际高绩效和管理技能强化培训的中心。



“

TECH是一所站在技术前沿的大学, 它将所有资源交给学生支配, 以帮助他们取得商业成功”

TECH科技大学



创新

该大学提供一种在线学习模式,将最新的教育科技与最大的教学严谨性相结合。一种具有最高国际认可度的独特方法,将为学生提供在不断变化的世界中发展的钥匙,在这个世界上,创新必须是所有企业家的基本承诺。

“由于在节目中加入了创新的互动式多视频系统,被评为“微软欧洲成功案例”。



最高要求

TECH的录取标准不是经济方面的。在这所大学学习没有必要进行大量投资。然而,为了从TECH毕业,学生的智力和能力的极限将受到考验。该机构的学术标准非常高。

95% | TECH学院的学生成功完成学业



联网

来自世界各地的专业人员参加TECH,因此,学生将能够建立一个庞大的联系网络,对他们的未来很有帮助。

+100,000

每年培训的管理人员

+200

不同国籍的人



赋权

学生将与最好的公司和具有巨大声望和影响力的专业人士携手成长。TECH已经与7大洲的主要经济参与者建立了战略联盟和宝贵的联系网络。

+500

| 与最佳公司的合作协议



人才

该计划是一个独特的建议,旨在发挥学生在商业领域的才能。这是一个机会,你可以利用它来表达你的关切和商业愿景。

TECH帮助学生在这个课程结束后向世界展示他们的才华。



多文化背景

通过在TECH学习,学生将享受到独特的体验。你将在一个多文化背景下学习。在一个具有全球视野的项目中,由于该项目,你将能够了解世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的创新信息。

TECH的学生来自200多个国家。

TECH追求卓越,为此,有一系列的特点,使其成为一所独特的大学:



分析报告

TECH探索学生批判性的一面,他们质疑事物的能力,他们解决问题的能力和他们的人际交往能力。



优秀的学术成果

TECH为学生提供最好的在线学习方法。大学将再学习方法(国际公认的研究生学习方法)与哈佛大学商学院的案例研究相结合。传统和前卫在一个艰难的平衡中,在最苛刻的学术行程中。



规模经济

TECH是世界上最大的网上大学。它拥有超过10,000个大学研究生课程的组合。而在新经济中,数量+技术=颠覆性价格。这确保了学习费用不像在其他大学那样昂贵。



向最好的人学习

TECH教学团队在课堂上解释了导致他们在其公司取得成功的原因,在一个真实,活泼和动态的环境中工作。全力以赴提供优质专业的教师,使学生在事业上有所发展,在商业世界中脱颖而出。

来自20个不同国籍的教师。



在TECH,你将有机会接触到学术界最严格和最新的案例研究"

03

为什么选择我们的课程？

完成科技课程意味着在高级商业管理领域取得职业成功的可能性倍增。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了通往美好未来的大门。学生将从最好的教学团队和最灵活，最创新的教育方法中学习。



“

我们拥有最著名的教师队伍和市场上最完整的教学大纲,这使我们能够为您提供最高学术水平的培训”

该方案将提供众多的就业和个人利益,包括以下内容。

01

对学生的职业生涯给予明确的推动

通过在TECH学习,学生将能够掌握自己的未来,并充分开发自己的潜力。完成该课程后,你将获得必要的技能,在短期内对你的职业生涯作出积极的改变。

本专业70%的学员在不到2年的时间内实现了职业的积极转变。

02

制定公司的战略和全球愿景

TECH提供了一般管理的深刻视野,以了解每个决定如何影响公司的不同职能领域。

我们对公司的全球视野将提高你的战略眼光。

03

巩固高级商业管理的学生

在TECH学习,为学生打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,使他们能够将自己定位为高级管理人员,对国际环境有一个广阔的视野。

你将在100多个高层管理的真实案例中工作。

04

承担新的责任

在该课程中,将介绍最新的趋势,进展和战略,以便学生能够在不断变化的环境中开展专业工作。

45%的参训人员在内部得到晋升。

05

进入一个强大的联系网络

TECH将其学生联系起来,以最大限度地增加机会。有同样关注和渴望成长的学生。你将能够分享合作伙伴,客户或供应商。

你会发现一个对你的职业发展至关重要的联系网络。

06

以严格的方式开发公司项目

学生将获得深刻的战略眼光,这将有助于他们在考虑到公司不同领域的情况下开发自己的项目。

我们20%的学生发展自己的商业理念。

07

提高软技能和管理技能

TECH帮助学生应用和发展他们所获得的知识,并提高他们的人际交往能力,使他们成为有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,为你的职业注入活力。

08

成为一个独特社区的一部分

学生将成为由精英经理人,大公司,著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授组成的社区的一部分:TECH科技大学社区。

我们给你机会与国际知名的教授团队一起进行专业学习。

04 目标

这个课程旨在加强客户体验领域的技能,使学生能够以溶剂管理者的身份处理客户体验项目的不同形式和阶段。公司还将以创新的技术应用取悦客户,成为该领域的标杆企业。



“

你将成为一名成功的管理者, 实施雄心勃勃的客户体验项目, 让客户永远记住你的公司”

TECH 会把学生的目标作为自己的，
并与学生一同致力达成

Customer Experience创新专科文凭将培训学生：

01

确定当今市场上新消费者的主要特征和趋势

02

分析技术和社交媒体对新消费者购买决策的影响

03

思考道德和透明度在企业与新消费者关系中的重要性





04

开发收集和分析客户声音的技能, 以及实施客户声音实践的知识

05

了解如何使用客户之声测量工具, 并将客户之声结果传达给其他部门

06

分析根据 VoC 方法结果成功调整营销策略和购物体验的公司案例研究

07

研究开展客户体验项目的不同方法和阶段

08

根据产品和服务的性质,说明执行客户体验项目的不同方法

09

提出不同的客户档案知识技术

10

建立以客户为中心的管理模式的原则

11

为成功实施客户体验项目提供资源和灵感参考

12

明确发展强大的客户关系系统与持续创新之间的密切关系

13

确定加快客户驱动型创新的实用方法

16

提出创新的技术应用, 改善客户体验

14

深化工具, 以客户的眼光迭代和挑战业务模式

17

根据难以处理的信息, 确定支持分析和收集客户洞察力的系统

15

研究神经营销工具的主要实际应用, 以取悦客户

18

论证与技术发展相关的主要伦理困境

05

结构和内容

Customer Experience创新专科文凭课程是一个高度灵活的在线课程,学生可以根据自己的时间、日程安排和兴趣选择最合适的时间和地点。这个学位为期6个月,旨在为毕业生提供独特而刺激的经验,为其职业成功奠定基础。



“

这个课程提供了最全面、最新的
Customer Experience 创新理念。你
还在等什么？”

教学大纲

TECH科技大学的Customer Experience创新专科文凭课程是一项强化课程,旨在培养专业人员应对客户体验领域的挑战和商业决策。

Customer Experience创新专科文凭课程的内容旨在促进管理技能的发展,以便在不确定的环境中做出更严谨的决策。

在整个450小时的培训中,学生将通过个人和团队工作分析大量的实际案例。因此,它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

这个专科文凭课程深入探讨数字世界、这一环境中的市场营销以及在企业中建立电子商务,旨在培养从战略、国际和创新角度了解客户体验的专业人员。

该计划专为专业人士设计,以提高他们的专业水平为重点,帮助他们在Customer Experience创新领域取得卓越成就。这个课程通过基于最新趋势的创新内容、最佳教育方法和卓越师资的支持,了解你和贵公司的需求,为学生提供以创新和高效的方式解决关键问题的技能。

这个专科文凭为期6个月,分为3个内容:

模块1

客户体验:新客户或消费者

模块2

设计和实施客户体验项目。治理模式

模块3

客户体验的创新与趋势



何时,何地,如何授课?

TECH 提供完全在线的Customer Experience创新专科文凭课程。在培训持续的6个月中,学生可以将能够访问这个课程的所有内容,这将使你能够自我管理你的学习时间。

这将是一个独特而关键的教育旅程,将成为你专业发展的决定性一步,助你实现明显的飞跃。

模块1.Customer Experience: 新客户或消费者

1.1. 客户体验

- 1.1.1. 客户体验。体验--满意度因果模型
- 1.1.2. Customer Experience Managment (CEM)
- 1.1.3. 客户体验 VS.品牌体验
- 1.1.4. 从 Customer Experience 到 Customer Experience Management

1.2. 新的消费者

- 1.2.1. 新的消费群体。关系型与关系型事务性
- 1.2.2. 当前市场趋势
 - 1.2.2.1. 可持续性和社会责任
- 1.2.3. 技术和社交网络对新消费者行为的影响。数字趋势
 - 1.2.3.1. 全渠道、过度信息和沉浸式体验
- 1.2.4. 消费者是企业的形象大使

1.3. 客户之声 (VoC) 方法

- 1.3.1. VoC 方法
- 1.3.2. 客户体验 Insights
- 1.3.3. 将 VoC 计划作为 CX 的战略基础

1.4. VoC 方法。制图

- 1.4.1. Touchpoints映射
- 1.4.2. VoC 之旅
- 1.4.3. 同理心地图
- 1.4.4. MOTS的识别

1.5. VoC 计划。主要原则

- 1.5.1. 倾听:
- 1.5.2. 提出问题
- 1.5.3. 解释
- 1.5.4. 行动
- 1.5.5. 监控器
- 1.5.6. 设计

1.6. VoC 计划的定义。阶段

- 1.6.1. 提高认识阶段
- 1.6.2. 收集阶段
- 1.6.3. 分析阶段
- 1.6.4. 行动阶段
- 1.6.5. 评估阶段

1.7. 收集客户之声:VoC 研究设计

- 1.7.1. 确定研究目标和范围
- 1.7.2. 定量和定性数据收集技术
- 1.7.3. 选择数据收集方法
- 1.7.4. 设计调查问卷和访谈指南
- 1.7.5. 收集工具

1.8. 客户之声分析

- 1.8.1. 确定所收集数据的模式和趋势
- 1.8.2. 解读数据以确定客户的需求、愿望和期望
- 1.8.3. 定性工具的应用
- 1.8.4. 分析工具

1.9. 客户之声评估和衡量

- 1.9.1. 传统系统:NPS (Net Promote Score)
- 1.9.2. 测量情绪
- 1.9.3. VoC 测量的新特点
- 1.9.4. 找出改进的机会

1.10. 积极倾听网络之声

- 1.10.1. 动态聆听和观察 VoC
- 1.10.2. 客户服务是一种倾听方法
- 1.10.3. 社交媒体情感分析

模块2.设计和实施客户体验项目。治理模式**2.1. 确定切合实际的项目范围**

- 2.1.1. 项目类型
 - 2.1.1.1. 问题的解决
 - 2.1.1.2. 价值主张
 - 2.1.1.3. 创新
- 2.1.2. 起点
 - 2.1.2.1. 将数据作为确定机遇和 工具
- 2.1.3. 统一目标、参与者和实施时间。专家和协调人的作用
 - 2.1.3.1. 审查业务需求
 - 2.1.3.2. 确定内部和外部
 - 2.1.3.3. 客户简介
 - 2.1.3.4. 预期的定义

2.2. 在客户体验项目中识别客户资料

- 2.2.1. 确定理想的客户档案是一项挑战
- 2.2.2. 行为特征分析
 - 2.2.2.1. 消费和购买习惯
 - 2.2.2.2. 与传播渠道的互动
 - 2.2.2.3. 数字化程度
 - 2.2.2.4. 社会人口放射摄影
- 2.2.3. 客户交流和数据处理

2.3. 客户体验项目中的客户旅程

- 2.3.1. 接触点的分析和类型化
 - 2.3.1.1. 野生动物园和
 - 2.3.1.2. 访谈
 - 2.3.1.3. 和
- 2.3.2. 按受众特征确定客户需求
 - 2.3.2.1. 客户满意点
 - 2.3.2.1.1. 客户看重什么?
 - 2.3.2.2. 客户痛点
 - 2.3.2.2.1. 今天有什么问题?是什么让客户产生挫败感?
- 2.3.3. 为每种客户类型定义客户旅程
 - 2.3.3.1. 确定每个关键阶段的主要, 以及所经过的接触点

2.4. 项目实施

- 2.4.1. 项目实施。重要方面
 - 2.4.1.1. 客户愿景与业务目标相一致
 - 2.4.1.2. 客户旅程可视化: 设定一个起点, 使公司所有团队保持一致
 - 2.4.1.3. 经济可行性分析。成这个效益
 - 2.4.1.4. 让客户关系中的关键人物参与进来, 进入实施阶段

2.4.2. 诊断和解决方案

- 2.4.2.1. 提出诊断的公式
 - 2.4.2.1.1. 共同创造
 - 2.4.2.1.2. Benchmarking
- 2.4.2.2. 解决方式
 - 2.4.2.2.1. 任务识别
 - 2.4.2.2.2. 按配置文件分配任务

2.4.3. 评估

- 2.4.3.1. 关键绩效指标的定义
- 2.4.3.2. 数据收集
- 2.4.3.3. 估价期

2.5. CX 项目行动框架

- 2.5.1. 合并或否决
- 2.5.2. 内部布道
- 2.5.3. 工具识别

2.6. 产品商业案例。推出新产品

- 2.6.1. 说明客户体验在创新产品开发中的作用
- 2.6.2. 推出新产品的各个阶段
- 2.6.3. 常见错误

2.7. 服务业务案例。客户体验是创新的催化剂

- 2.7.1. 客户体验在创新过程中的关键作用
- 2.7.2. 各个阶段
- 2.7.3. 成功的关键

2.8. 服务业务案例。将客户满意度作为持续改进的杠杆

- 2.8.1. 在整个客户旅程中衡量客户满意度
- 2.8.2. 各个阶段
- 2.8.3. 以行动为导向的例行工作

2.9. 客户体验项目的管理模式

- 2.9.1. 角色
- 2.9.2. 数据
- 2.9.3. 迭代行动计划

2.10. 成功实施客户体验项目。钥匙

- 2.10.1. 学徒制
- 2.10.2. 参考文献
- 2.10.3. 资源

模块3.Customer Experience的创新与趋势

3.1. 创新和客户体验。关系

- 3.1.1. CX 框架内的创新
- 3.1.2. Customer Experience创新的目标
- 3.1.3. 创新发展客户互动

3.2. 数字化转型时代的客户体验管理

- 3.2.1. 智能体验引擎重要性
- 3.2.2. 搜索超个性化体验
- 3.2.3. 全方位渠道环境中的经验管理

3.3. 以客户为中心的企业管理创新

- 3.3.1. 客户对公司的创新模式
- 3.3.2. 创新模式发展的主要概况
- 3.3.3. 开放式创新模式

3.4. 加快有效创新进程的方法

- 3.4.1. 产生创新和创造力的常规
- 3.4.2. 让客户参与创新的 Lean Start Up 法
- 3.4.3. 在日常工作中利用看板来提高创新和效率
- 3.4.4. Scrum方法论。实际应用
- 3.4.5. 采用不断创新的生成工具。益处

3.5. 开发以客户为中心的创新商业模式的工具

- 3.5.1. Business Model Canvas.如何利用这一工具 "挑战"你的商业模式
- 3.5.2. 价值主张 画布 和 Customer Journey。关系
- 3.5.3. 移情地图超越有形的客户互动
- 3.5.4. 案例研究

3.6. Neuromarketing 和 Customer Experience.设身处地为客户着想

- 3.6.1. 神经营销与创新优化
- 3.6.2. 神经营销在客户体验中的实际应用
- 3.6.3. 利用神经营销提升客户满意度的客户 Insights 指南
- 3.6.4. 成功案例

3.7. Customer Experience创新 I:人工智能、虚拟现实、面部和生物识别系统

- 3.7.1. 人工智能 (AI) 促进流程优化和全渠道管理
- 3.7.2. 虚拟现实 (RV) 和增强现实 (RA) 技术可将你的客户体验带到任何地点
- 3.7.3. 面部识别和生物识别系统可减轻客户的痛苦时刻
- 3.7.4. 成功案例

3.8. CX II 的创新:机器学习、物联网和全方位渠道管理平台

- 3.8.1. 用于数据处理的机器学习 (ML)
- 3.8.2. 物联网 (IoT) 改善客户体验和洞察力
- 3.8.3. 全方位客户视角的全渠道管理平台
- 3.8.4. 成功案例

3.9. 技术伦理:技术为人类服务,而不是相反

- 3.9.1. 保护神经权利或知识产权 (PI)
- 3.9.2. 人工智能 (IA) 伦理
- 3.9.3. 客户的超级连接和客户数据的使用
- 3.9.4. 技术挑战

3.10. 在以客户为中心的企业中建立创新体系。重要性

- 3.10.1. 以客户为导向的创新流程的关键
- 3.10.2. 拥有持续创新系统的公司的优势
- 3.10.3. 创新以人为本,打造最佳客户体验



“

Customer Experience或虚拟现实技术在客户体验中的应用, 将使任何客户都无法抗拒你的魅力”

06 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的: **Re-learning**。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被**新英格兰医学杂志**等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。





“

发现 Re-learning, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

TECH商学院使用案例研究来确定所有内容的背景

我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇
世界各地传统大学基础的学习方式”



该课程使你准备好在不确定的环境中
面对商业挑战, 使你的企业获得成功。



我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战,并取得事业上的成功。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的培训课程,从头开始创建,为国内和国际最高水平的管理人员提供挑战和商业决策。由于这种方法,个人和职业成长得到了促进,向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的基础的技术,确保遵循最新的经济,社会和商业现实。

“

你将通过合作活动和真实案例,学习如何解决真实商业环境中的复杂情况”

在世界顶级商学院存在的时间里,案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律,案例法向他们展示真实的复杂情况,让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年,它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

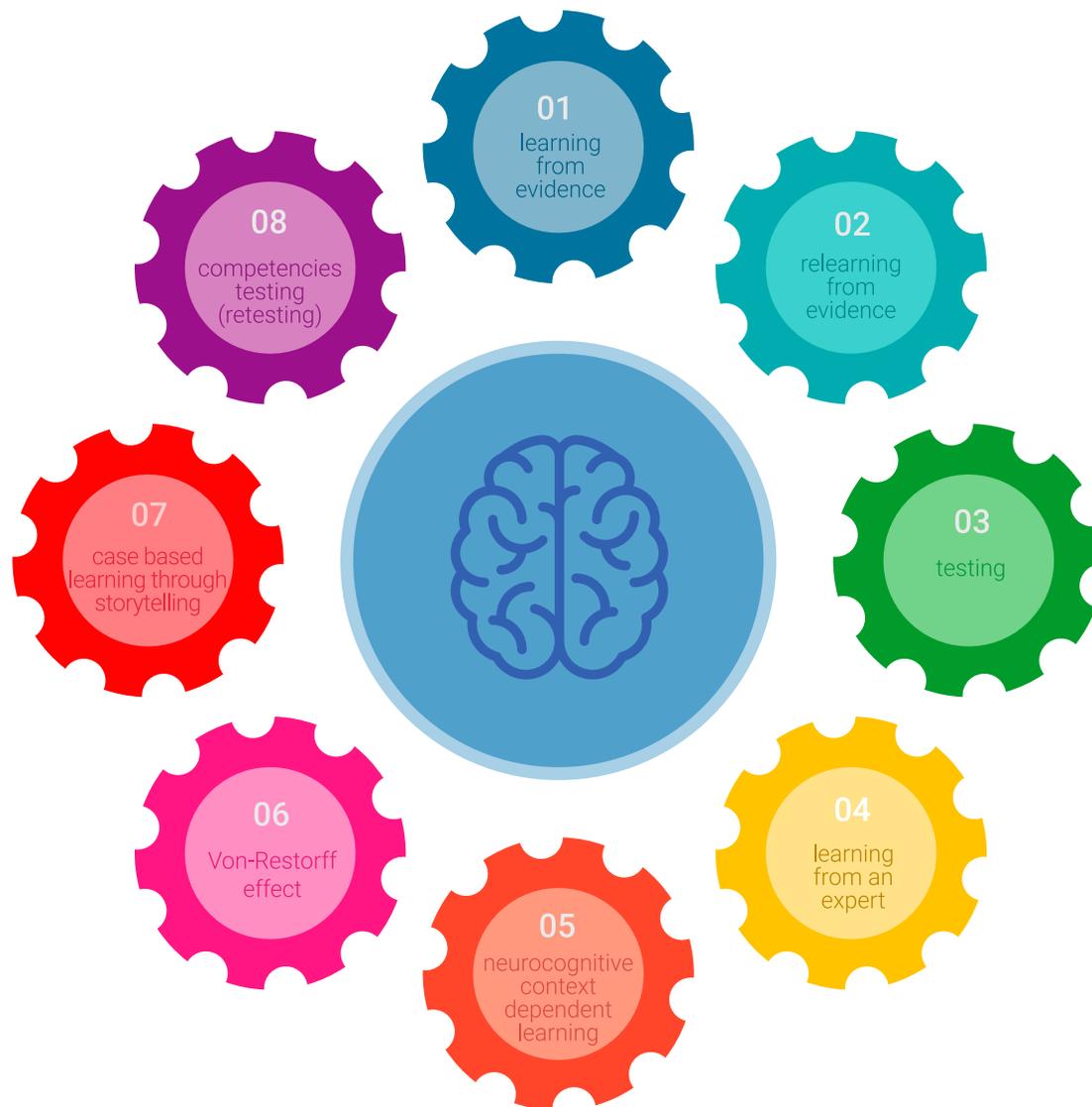
在特定情况下,专业人士应该怎么做?这就是我们在案例法中面临的问题,这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中,学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识,研究,论证和捍卫他们的想法和决定。

Re-learning 方法

TECH有效地将案例研究方法方法与基于循环的100%在线学习系统相结合, 在每节课中结合了个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: Re-learning。

我们的在线系统将允许你组织你的时间和学习节奏, 使其适应你的时间表。你将能够从任何有互联网连接的固定或移动设备上获取容。



在TECH, 你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为 Re-learning。

我们的商学院是唯一获准采用这种成功方法的西班牙语学校。2019年, 我们成功地提高了学生的整体满意度 (教学质量, 材料质量, 课程结构, 目标.....), 与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



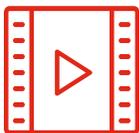
在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

Re-learning 将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。

该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



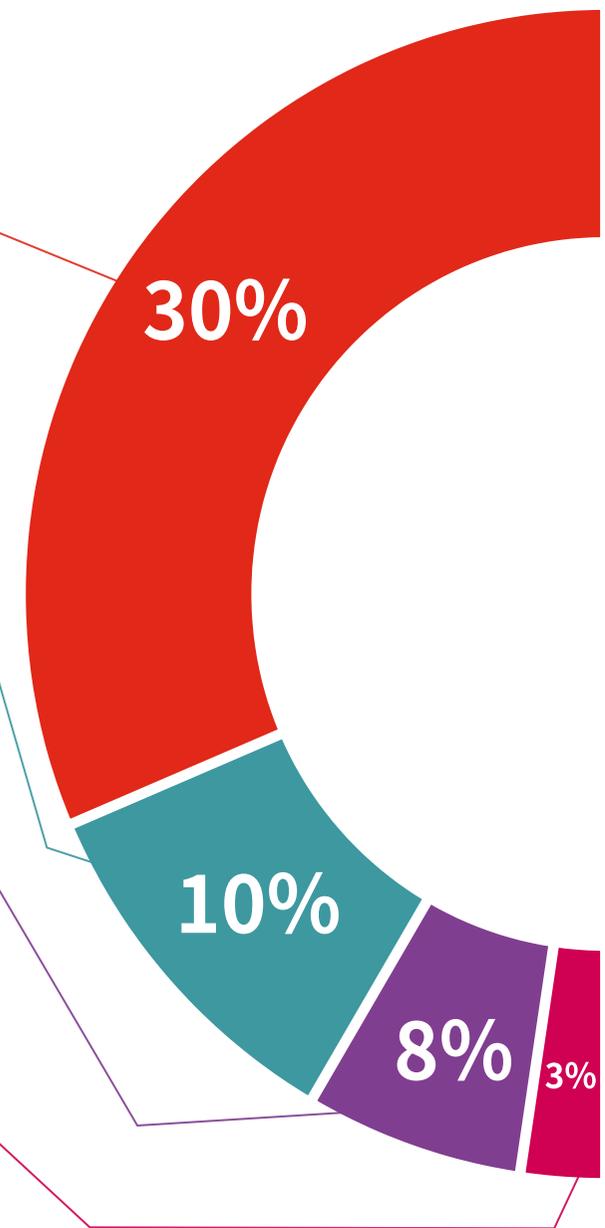
管理技能实习

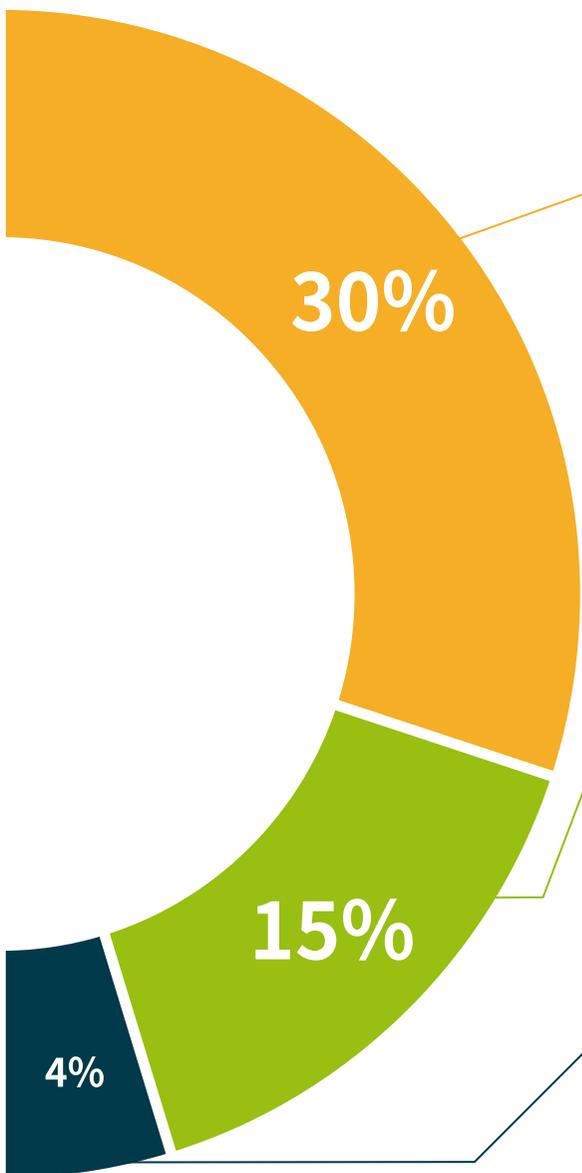
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的高级管理专家介绍,分析和辅导的案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



07

我们学生的特质

专科文凭面向社会和法律科学、行政管理和经济学领域的大学毕业生、毕业生和已完成任何学位课程的大学毕业生。

来自多个国家的不同学术背景的参与者构成了该计划的多学科方法。

专科文凭课程也可由任何专业的大学毕业生和在客户体验领域有 2 年工作经验的专业人士参加。





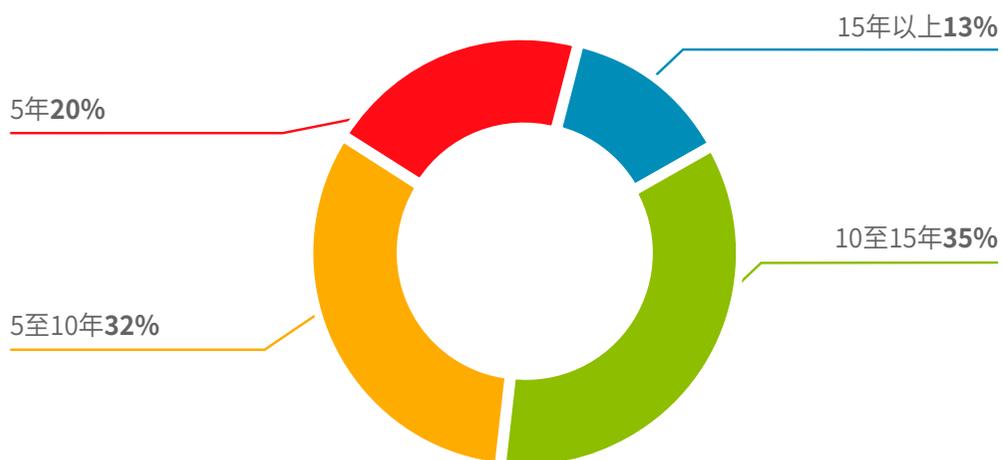
“

通过专门研究能让你的领导力得到广泛认可的流程, 让你的Customer Experience 技能更上一层楼”

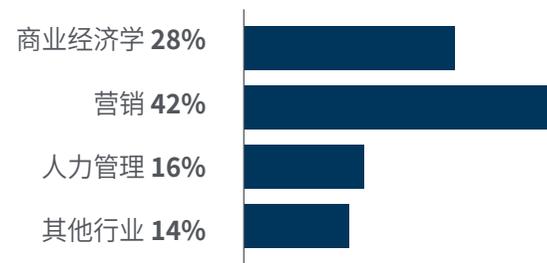
平均年龄

35岁至45岁之间

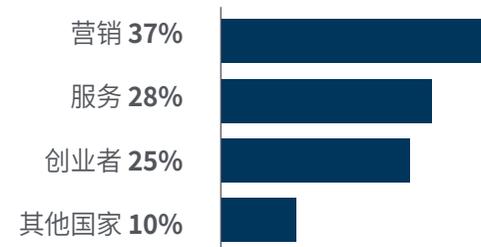
经验年限



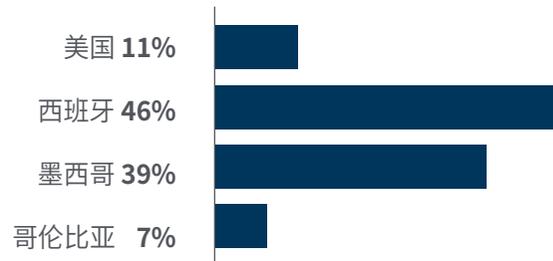
培训



学术概况



地域分布



Vanesa Ramos Ortega

Customer Experience 经理

"我一直在寻找一个可以利用新技术实施战略的项目,以改善公司的客户体验。事实上,我曾担心是否能兼顾日常工作,但有了 TECH,我找到了完美的平衡点,既能在家工作,又能使用如今在我的部门非常重要的工具"

08 课程管理

TECH 始终以提高融合最高学术标准的专业为目标,汇集了客户体验方面的知名专家,他们将加强学生的领导技能。从这个意义上讲,客户体验新技术应用方面的专家、领先企业的营销经理或Customer Intelligence 领域的领导者都将汇聚在该课程中,以满足他们的最高期望。





“

让新Customer Intelligence 技术专家、营销经理或客户智能领导者助你走向成功”

管理人员



Yépez Molina, Pilar 女士

- La Digitalista 品牌公司的营销顾问和培训师
- ÚbicaBelow 执行创意总监兼创始合伙人, 负责创建和开发在线和离线营销活动
- Sidecar SGM 的执行创意总监, 为在线和离线客户创建和开发促销与关系营销活动
- MC Comunicación 在线创意经理兼执行创意经理
- 加泰罗尼亚记者学院数字营销讲师
- 拉萨尔高等商学院 (BES La Salle) 工程学士学位数字营销与传播战略讲师
- Euncet 商学院数字营销讲师
- 数字经济研究所 ICEMD 关系营销研究生课程
- 塞维利亚大学广告与公共关系学位



教师

Camps, Núria 女士

- ◆ Customer Experience培训师
- ◆ Customer Experience、流程改进、技术工具实施和客户服务方面的自由职业顾问
- ◆ Quality Methode 公司顾问兼质量管理体系审核员
- ◆ 旅游目的地营销硕士学位
- ◆ 赫罗纳大学旅游专业文凭

Rueda Salvador, Daniel 先生

- ◆ 伊比利亚斯塔集团Customer Intelligence 总监
- ◆ 伊比利亚斯塔集团数字项目经理
- ◆ 创新与宾客体验分析师
- ◆ 外贸与投资顾问
- ◆ 接待和客户服务代理
- ◆ 经济与商业研究中心 (CECO) 颁发的国际商业管理硕士学位
- ◆ 德乌斯托商学院的行政发展、行政和管理课程
- ◆ 毕业于德乌斯托大学商学院工商管理专业, 主修市场营销和销售

09

对你事业的影响

具有这些特点的专科文凭无疑会对毕业生的职业生涯产生重大影响。这促使教学团队在 Customer Experience 中融入了创新的所有关键因素, 以期使其对学生部门大有裨益。

从这个意义上说, TECH 的唯一目的就是让所有学生在学术市场上以独特的教学方法为基础, 获得专业成长。



“

只需 450 个小时的学习, 你
就能改变自己的职业生涯”

你准备好迈出新的一步了吗？ 专业升级的绝佳机会正等着你

TECH Customer Experience创新专科文凭课程是一项强化课程，旨在培养学生面对客户体验领域的挑战和商业决策的能力。其主要目标是通过帮助你获得成功来促进你的个人和职业成长。

如果你想提高自己，在专业层面上做出积极的改变，并与最优秀的人交流，这里就是你的理想之地。

借助客户体验领域最先进的技术战略，提升你的经济地位。

千万不要错过这个专科文凭为你提供的晋升行业顶尖职位的机会。

改变的时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程后, 我们学生的工资会增长超过27%



10

对贵公司的好处

Customer Experience创新专科文凭将帮助公司的人才队伍更上一层楼。这样，工作人员将充分熟悉人工智能、大数据和虚拟现实等技术。

毫无疑问，参加专科文凭课程是一个独一无二的机会，毕业生可以利用这个强大的人际网络找到未来的专业合作伙伴、客户或供应商。





“

开发以客户为导向的创新流程的所有关键”

培养和留住公司的人才是最好的长期投资。

01

人才和智力资本的增长知识资本

该专业人员将为公司带来新的概念, 战略和观点, 可以为组织带来相关的变化。

02

留住高潜力的管理人员, 避免人才流失

这个计划加强了公司和经理人之间的联系, 并为公司内部的职业发展开辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

你将能够在不确定和危机的时候做出决定, 帮助组织克服障碍。

04

增加国际扩张的可能性

由于这一计划, 该公司将与世界经济的主要市场接触。



05

开发自己的项目

可以在一个真实的项目上工作, 或在其公司的研发或业务发展领域开发新。

06

提高竞争力

该课程将使学生具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

11 学位

Customer Experience创新专科文凭课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

无需旅行或繁琐的程序,即可成功通过此课程并获得大学学位”

这个Customer Experience创新专科文凭包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到TECH科技大学颁发的相应的专科文凭学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在专科文凭获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位: Customer Experience创新专科文凭

官方学时: 450小时





专科文凭 Customer Experience创新

- » 模式: 在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 教学时数: 16小时/周
- » 课程表: 自由安排时间
- » 考试模式: 在线

专科文凭

Customer Experience创新



tech 科学技术大学