



Investigación en Customer Experience

» Modalidad: online» Duración: 3 meses

» Titulación: TECH Universidad

» Acreditación: 18 ECTS

» 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

 ${\tt Acceso~web:} \textbf{www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-investigacion-customer-experience}$

Índice

D1
Bienvenida

pág. 4

Por qué estudiar en TECH?
pág. 6

D5
Estructura y contenido
pág. 20

Metodología de estudio
pág. 28

03
¿Por qué nuestro programa?
pág. 10

Metodología de estudio
pág. 28

09

Dirección del curso

pág. 42

 $\begin{array}{c} 03 \\ {}_{\grave{\mathcal{E}}\text{Por qu\'e nuestro programa?}} \\ \hline 06 \\ \underline{\text{Metodolog\'ia de estudio}} \\ \hline \\ 09 \\ \underline{\text{Impacto para tu carrera}} \\ \end{array} \begin{array}{c} 0b{\text{jetivos}} \\ \underline{\text{Objetivos}} \\ \hline \\ 07 \\ \underline{\text{Perfil de nuestros alumnos}} \\ \underline{\text{p\'ag. 38}} \\ \hline \\ 09 \\ \underline{\text{Beneficios para tu empresa}} \\ \\ \underline{\text{Beneficios para tu empresa}} \\ \hline \end{array}$

pág. 46

11Titulación

pág. 50

01 **Bienvenida**

El nuevo ecosistema digital obliga a las empresas a evolucionar en sus estrategias para la captación de nuevos clientes, su fidelización y la mejora de la satisfacción del proceso de compra. En este escenario, contar con las herramientas más avanzadas para el estudio del mercado potencial y el descubrimiento de nuevos nichos es clave en el éxito empresarial. Por esta razón, TECH ha creado esta titulación 100% online que aporta al profesional la información más actual sobre las técnicas de investigación, el análisis del perfil del consumidor y la tecnología para implementar un buen sistema de Customer Experience. Todo, además, con un programa elaborado por los mejores expertos y un contenido accesible las 24 horas del día desde cualquier dispositivo digital con conexión a internet.









tech 08 | ¿Por qué estudiar en TECH?

En TECH Universidad



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...

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

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.



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"

¿Por qué estudiar en TECH? | 09 tech

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.





tech 12 | ¿Por qué nuestro programa?

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



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.

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





tech 16 | Objetivos

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.

Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

Este Experto Universitario en Investigación en Customer Experience capacitará al alumno para:





Establecer metodologías de trabajo que agilicen y fomenten la creatividad y la mejora continua



Identificar y proponer necesidades del mercado potencial, carencias y puntos sensibles de optimización en productos, servicios y procesos internos



09

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



Desarrollar soluciones eficientes a problemas complejos



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



Fundamentar los aspectos clave para gestionar la experiencia con equipos externos



Fundamentar la estrecha relación entre la tecnología y una cultura basada en la experiencia de cliente



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



13

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



Desarrollar un diagnóstico tecnológico como punto de partida a la orquestación de la información de cliente



Detallar las diferentes tipologías de fuentes de captación de *Feedback* de cliente



Definir el valor añadido que aporta una plataforma de *Customer Experience Management* (CEM)





Analizar la utilidad del uso de un *Customer Data Platform* (CDP) y los procesos y sistemas que ayudan
a alimentar la información de cliente y a mantener la
vista en el mercado



Identificar los elementos clave para el establecimiento y desarrollo de un sólido CRM



Concretar los elementos clave para un uso seguro y legal de los datos de los clientes bajo el ámbito de la GDPR





tech 22 | Estructura y contenido

Plan de estudios

Esta titulación universitaria ha sido diseñada teniendo en cuenta las últimas tendencias en el campo de la Investigación orientada a la mejora de la satisfacción el cliente. Un programa que, sin duda, supondrá un antes y un después en la trayectoria profesional del alumnado que accede a este programa con el objetivo de profundizar en un ámbito que le permitirá cumplir sus aspiraciones profesionales.

Así, TECH facilita un temario que llevará desde el primer momento al egresado a adentrarse en las técnicas empleadas hoy en día para el estudio y análisis del perfil del consumidor, atendiendo al nuevo espacio de consumo digital. Además, gracias a los videorresúmenes de cada tema, los vídeos en detalle, las lecturas esenciales y los casos de estudio, el profesional ahondará con mayor dinamismo en las herramientas para la escucha activa, la identificación de oportunidades y la gestión de la experiencia en función del grado de madurez en este campo de la compañía.

Asimismo, el método *Relearning*, basado en la reiteración continuada del contenido clave, permite al estudiante obtener un aprendizaje mucho más efectivo y reducir las horas de memorización.

Además, la ausencia de presencialidad y de clases con horarios encorsetados otorgan una mayor flexibilidad para la autogestión de estudio, permitiendo al alumno compatibilizar sus actividades personales diarias con una enseñanza de calidad que se sitúa a la vanguardia académica.

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

 Módulo 1
 Customer Science: investigación en Customer Experience

 Módulo 2
 Customer Experience Analytics

 Módulo 3
 Tecnología y herramientas avanzadas para Customer Experience. Customer Department Platform (CDP)



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Investigación en Customer Experience de manera totalmente online. Durante los 3 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.

tech 24 | Estructura y contenido

1.9.1. Metodologías de trabajo

1.9.2. Design Thinking. Aplicación práctica en CX

1.9.3. Lean UX. Aplicación práctica en CX

1.9.4. Agile. Aplicación práctica en CX

Módulo 1. Customer Science: investigación en Customer Experience 1.1. Principios y valor 1.2. Factor clave en CX: 1.3. Mapa global de relaciones 1.4. Proceso para evolucionar la CX del Customer Experience la omnicanalidad servicios-clientes: Blueprint de una compañía. Investigación 1.1.1. Diferencias entre CX y UX 1.2.1. Omnicanalidad. CX omnicanal 1.3.1. Blue print. Utilidad 1.4.1. Investigación en términos de CX 1.3.2. Beneficios de Blue print en CX 1.1.2. Customer Experience como estrategia 1.2.2. Experiencia de usuario omnicanal. 1.4.2. Ámbito de estudio 1.4.2.1. Ciclo de vida del cliente de la compañía Puntos claves 1.3.3. Diseño de un Blue print 1.2.3. Determinación de la madurez omnicanal 1.1.3. Transformación CX: un paso más allá 1.4.2.2. Etapas en la cultura organizacional 1.4.2.3. Objeto de investigación 1.4.3. Técnicas de trabajo de mejora de CX. Ejercicios prácticos 1.4.4. Investigación con recursos limitados 1.4.5. Research OPS 1.5. Conocimiento del cliente potencial. Customer Journey en CX 1.7. Técnicas cuantitativas en CX 1.8. Técnicas cualitativas en CX Personajes arquetípicos 1.6.1. Customer Journey. Utilidad 1.7.1. Técnicas cuantitativas. Ámbito de aplicación 1.8.1. Técnicas cualitativas. Ámbito de aplicación 1.6.2. Customer Journey. Aportes 1.7.2. Tipos de técnicas cuantitativas: 1.8.2. Tipos de técnicas cualitativas: 1.5.1. El conocimiento del cliente como base 1.6.3. Diseño de un Customer Journey: utilidad e indicadores de medición utilidad e indicadores de medición del diseño de experiencias Aspectos clave 1.7.2.1. Encuestas 1.8.2.1. Evaluación heurística 1.5.2. Los 12 arquetipos de Jung 1.7.2.2. Test de usuarios o *User Test* 1.8.2.2. Benchmark 1.5.3. Diseño de personajes 1.8.2.3. Test de usuarios o User Test 1.7.2.3. Test A-B 1.7.2.4. Integración de métricas en procesos 1.8.2.4. Entrevistas personales 1.7.2.5. Card-sorting 1.8.2.5. Focus Group 1.8.2.6. Shadowing // Mystery 1.7.2.6. Tree-test 1.7.2.7. Eye-tracking 1.8.2.7. Estudios de diario 1.9. Metodologías de uso en CX 1.10. Accesibilidad como parte de la CX

1.10.1. La accesibilidad como parte de la CX

1.10.3. Sitios, productos y servicios accesibles

1.10.2. Niveles de accesibilidad web.

Aspectos legales

Módulo 2. Customer Experience Analytics 2.1. La calidad del dato y su activación. 2.2. NPS, la lealtad del cliente 2.3. CSAT. Satisfacción del cliente 2.4. KPI complementarios Elementos clave para un cuadro CSAT: ¿qué calcula y cómo? 2.4.1. CES: satisfacción del cliente con el grado 2.2.1. NPS: ¿qué calcula y cómo? de mandos 2.2.2. Uso del NPS como KPI de referencia. 2.3.2. Uso del CSAT como KPI de referencia. de dificultad de una acción en concreto Pros y contras Pros y contras 2.4.2. CLV: Valor de Vida del Cliente 2.1.1. Captura de datos 2.2.3. Ejemplos y referencias sectoriales 2.3.3. Ejemplos y referencias sectoriales 2.4.3. Tasas de abandono y retención 2.1.1.1. Qué, cuándo y cómo recoger 2.4.4. Particularidades sectoriales el Feedback del cliente 2.1.2. Análisis de datos 2.1.2.1. Requisitos para mantener un sistema interpretable por las diferentes capas de la organización a lo largo del tiempo 2.1.3. Toma de decisiones 2.1.3.1. Interpretación y acción 2.5. Reputación online. Importancia 2.6. Contact Center. El teléfono, 2.7. Claves para la consecución 2.8. La arquitectura tecnológica. del dato semántico de internet poderosa palanca para tomar de una visión holística del Feedback Aspectos clave el pulso del cliente del cliente 2.5.1. Escucha activa en internet: análisis 2.8.1. Seguridad de reputación de marca en redes sociales, 2.8.2. Privacidad 2.6.1. Ilustración del rol del CX en el desarrollo 2.7.1. Selección de tus KPI óptimos comparadores y tu web 2.8.3. Integridad 2.7.2. Optimización del momento del *Journey* de un producto de innovación 2.5.2. Estrategia de respuesta: la interacción como 2.8.4. Escalabilidad para la recogida del Feedback 2.6.2. Fases imprescindibles herramienta de gestión de la reputación 2.8.5. Tiempo real 2.7.3. Identificación de la experiencia del cliente 2.6.3. Errores comunes de marca por tipología de perfil de cliente 2.5.3. Plataformas para la escucha y la gestión 2.9. El cuadro de mandos 2.10. La experiencia del cliente desde diferentes puntos de partida: 2.9.1. Roles 2.9.1.1. ¿Quién interactúa?, el camino hacia la excelencia propósito y frecuencia 2.10.1. Grado de conocimiento de tu cliente 2.9.2. Visualización del dato y el cliente objetivo 2921 Plataformas 2.10.2. Gestión de la experiencia 2.9.3. Valoración de las implicaciones con equipos externos de las integraciones 2.10.3. Recursos, tiempo y seguimiento 2.10.4. Evangelización desde el equipo directivo/ejecutivo

3.9.2. Elementos clave para el cumplimiento

3.9.3. Incumplimiento de la GDPR. Consecuencias

de la GDPR

Módulo 3. Tecnología y herramientas avanzadas para Customer Experience. Customer Department Platform							
3.1.1. 3.1.2. 3.1.3. 3.1.4.	en la tecnología		Diagnóstico tecnológico inicial para potenciar la experiencia de cliente Realización de un diagnóstico en innovación y tecnología Tipos de compañías en función a su madurez tecnológica Fases para una implantación efectiva de la tecnología		de información de clientes El Feedback de cliente como base para una CX accionable	3.4.1. 3.4.2. 3.4.3.	Sistemas de recogida y almacenamiento de información de cliente: CRM El CRM. Relevancia Aplicaciones prácticas del CRM en una compañía Las integraciones como elemento esencial para alimentar y optimizar el uso del CRM Elementos clave para el establecimiento y mantenimiento de la información en CRM
3.5.1. 3.5.2. 3.5.3. 3.5.4.	Diferencias entre CRM y CEM		Sistemas para alimentar los Customer Profiles Manejo de la información del CRM para incrementar el conocimiento de los clientes Plataformas que facilitan una visión holística de los clientes Aplicación práctica	3.7.1. 3.7.2. 3.7.3.	Sistemas para accionar y personalizar la experiencia de cliente: CDP CustomerData Platform (CDP) CDP para mejorar la CX Customer Intelligence Platform (CIP), un paso más allá de la CDP	3.8.1. 3.8.2. 3.8.3.	Sistemas de investigación del mercado La importancia de hacer partícipe al cliente actual y potencial CX Research para integrar al cliente en nuestras decisiones estratégicas Plataformas para el seguimiento de Insights y tendencias de mercado Aplicación práctica
	GDPR, marco seguro para el tratamiento de los datos del cliente GDPR. ¿A quién aplica?	3.10.1	El ecosistema tecnológico para potenciar la estrategia de CX Importancia de una sólida tecnología para una CX excelente				

3.10.2. Diagrama de la integración de sistemas CX

3.10.3. Claves para que la tecnología no se vuelva

en contra de la CX



Potencia la estrategia de CX en el nuevo ecosistema tecnológico con nuevo ecosistema tecnológico con esta titulación universitaria avanzada"





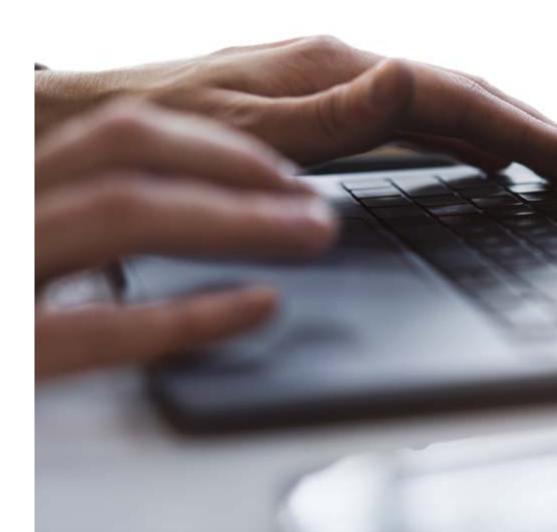


El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.







Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.



El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"

tech 32 | Metodología de estudio

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los case studies son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



tech 34 | Metodología de estudio

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentoralumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

- 1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
- 2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
- 3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
- **4.** La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert. Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

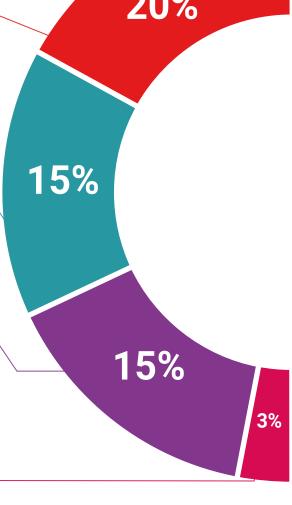
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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





Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.



Case Studies

Completarás una selección de los mejores case studies de la materia.

Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

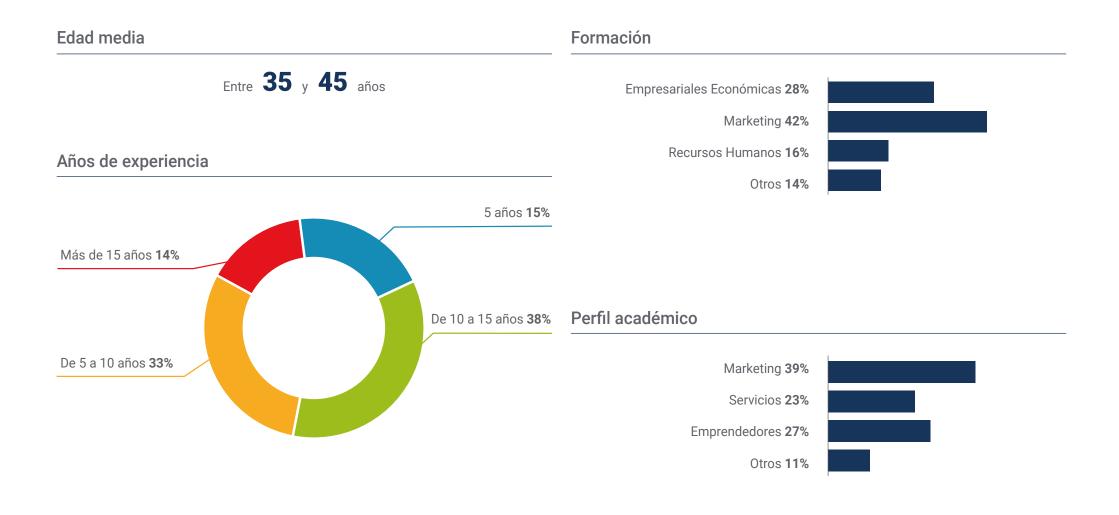
TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



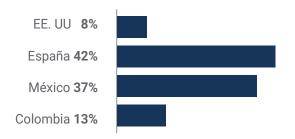




tech 40 | Perfil de nuestros alumnos



Distribución geográfica





Julia Ruiz

Especialista en Marketing y Customer Experience

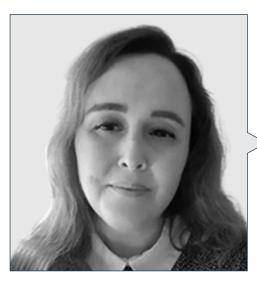
"No es sencillo encontrar una titulación universitaria con un contenido avanzado y que además sea compatible con el trabajo. En esta ocasión, TECH me ha ofrecido todo lo que estaba buscando y además me ha permitido progresar en la gestión de Customer Experience para importantes empresas"





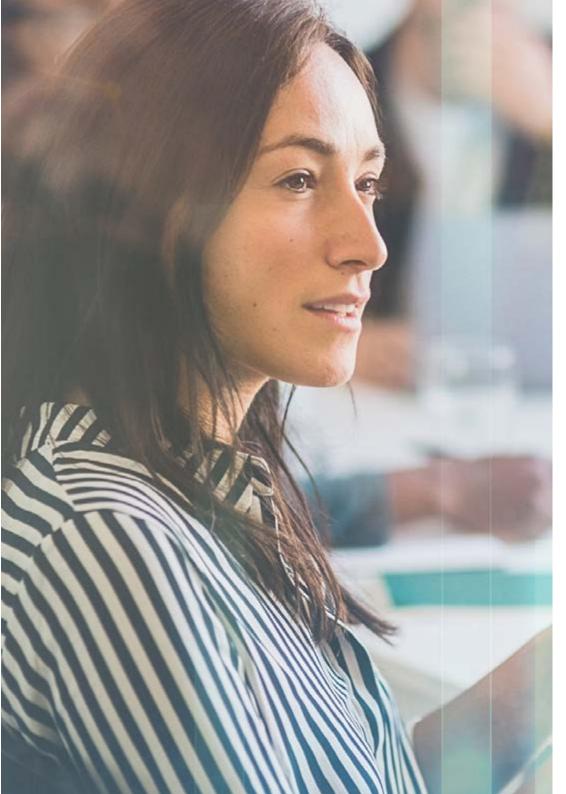
tech 44 | Dirección del curso

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



Dirección del curso | 45 tech

Profesores

Dña. Luchena Guarner, Estefanía

- Consultora Digital Senior en AKTIOS
- Cat Salut
- Banc Sabadell
- CaixaBank (CaixaBank Consumer Finance y Caixabank Digital)
- BBVA, Línea Directa, etc.
- Graduada en Técnica Experta en Diseño Gráfico y Multimedia e Informática de Gestión por la Universidad ESERP-ESDAI
- Scrum Certified & Product Owner por la Escuela Internacional de Gestión de Proyectos (EIGP)
- Product Owner, Certificado en Agile Project Management y la certificación SCPO (Scrum Certified & Product Owner)
- Scrum Master en Talento Digital Programa Avanzado Agile Project Managment
- Certificado HTML+CSS Avanzado y Diseño Web por SoftObert
- Certificado HTML5+CSS3 Responsive y Diseño Web por SoftObert
- Certificación en Programación Neurolingüística (PNL)

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





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

El Experto Universitario en Investigación en Customer Experience de TECH es un programa intensivo que prepara al alumnado para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito 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 tu sitio.

Supérate con la implementación de las las herramientas más avanzadas para gestionar la experiencia del cliente.

Logra cumplir tus aspiraciones profesionales en el campo de la Investigación en Customer Experience con esta titulación.

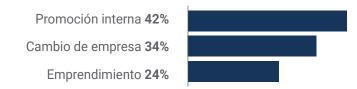
Momento del cambio

Durante el programa
11%

Durante el primer año
63%

Dos años después
26%

Tipo de cambio



Mejora salarial

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

Salario previo

21.500 €

Incremento salarial

27%

Salario posterior

27.500 €





tech 52 | Beneficios para tu empresa

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



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.



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.



Construcción de agentes de cambio

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



Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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





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.



Aumento de la competitividad

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





tech 56 | Titulación

Este programa te permitirá obtener el título de **Experto Universitario en Investigación en Customer Experience** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: Experto Universitario en Investigación en Customer Experience

Modalidad: **online**Duración: **3 meses**

Acreditación: 18 ECTS



Experto Universitario en Investigación en Customer Experience

Se trata de un título propio de 450 horas de duración equivalente a 18 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una universidad Oficial Española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, del 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 181, de 27 de julio de 2024 (pág. 96.369) e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.

En San Cristóbal de la Laguna, a 28 de febrero de 2024



ódigo único TECH: AFWOR23S techtitute.com/tit



Experto Universitario Investigación en Customer Experience

» Modalidad: online

» Duración: 3 meses

» Titulación: **TECH Universidad**

» Acreditación: 18 ECTS

» Horario: a tu ritmo

» Exámenes: online

