

Experto Universitario

Investigación en Customer Experience



Experto Universitario

Investigación en Customer Experience

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » 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.techtute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-investigacion-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 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.



Experto Universitario en Investigación en Customer Experience.
TECH Universidad Tecnológica



“

Desarrolla planes exitosos de Research en Customer Experience 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 esta titulación universitaria es proporcionar al alumnado las técnicas y las metodologías de investigación más efectivas y actuales para medir la experiencia de usuario. Para alcanzar dicha meta, TECH facilita, no solo el material didáctico más innovador, sino también simulaciones de casos de estudio que llevarán al egresado a integrar en su labor diaria, las estrategias más avanzadas en pro de su progresión profesional en el ámbito de Customer Experience.



“

Gracias a las estrategias de investigación que te aporta este programa podrás detectar nichos de mercado potencial para tus marcas”

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

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

01

Analizar y medir la experiencia de usuario en base a diferentes prismas

04

Desarrollar las ventajas competitivas de una compañía

02

Liderar proyectos de investigación combinando técnicas cuantitativas y cualitativas

03

Identificar necesidades y puntos sensibles de mejora

05

Demostrar y defender propuestas para la toma de decisiones estratégicas de la organización



06

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

08

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

07

Desarrollar soluciones eficientes a problemas complejos

10

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



11

Fundamentar los aspectos clave para gestionar la experiencia con equipos externos

14

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

12

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

15

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

16

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

18

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

19

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

17

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

20

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



05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Investigación en Customer Experience es un programa orientado a facilitar, en tan solo 6 meses, el conocimiento más exhaustivo en este campo. Por esta razón, el alumnado tendrá a su disposición un temario diseñado por auténticos expertos versados en la materia y numeroso material pedagógico innovador que conforma la biblioteca virtual de esta opción académica.



“

Las píldoras multimedia, los casos de estudio y las lecturas complementarias están a tu disposición las 24 horas del día, los 7 días de la semana”

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 del 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 6 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 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 Science: investigación en Customer Experience

1.1. Principios y valor del Customer Experience

- 1.1.1. Diferencias entre CX y UX
- 1.1.2. Customer Experience como estrategia de la compañía
- 1.1.3. Transformación CX: un paso más allá en la cultura organizacional

1.2. Factor clave en CX: la omnicanalidad

- 1.2.1. Omnicanalidad. CX omnicanal
- 1.2.2. Experiencia de usuario omnicanal. Puntos claves
- 1.2.3. Determinación de la madurez omnicanal

1.3. Mapa global de relaciones servicios-clientes: Blueprint

- 1.3.1. Blueprint. Utilidad
- 1.3.2. Beneficios de Blueprint en CX
- 1.3.3. Diseño de un Blueprint

1.4. Proceso para evolucionar la CX de una compañía. Investigación

- 1.4.1. Investigación en términos de CX
- 1.4.2. Ámbito de estudio
 - 1.4.2.1. Ciclo de vida del cliente
 - 1.4.2.2. Etapas
 - 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. Personajes arquetípicos

- 1.5.1. El conocimiento del cliente como base del diseño de experiencias
- 1.5.2. Los 12 arquetipos de Jung
- 1.5.3. Diseño de personajes

1.6. Customer Journey en CX

- 1.6.1. Customer Journey. Utilidad
- 1.6.2. Customer Journey. Aportes
- 1.6.3. Diseño de un Customer Journey: Aspectos clave

1.7. Técnicas cuantitativas en CX

- 1.7.1. Técnicas cuantitativas. Ámbito de aplicación
- 1.7.2. Tipos de técnicas cuantitativas: utilidad e indicadores de medición
 - 1.7.2.1. Encuestas
 - 1.7.2.2. Test de usuarios o *User Test*
 - 1.7.2.3. Test A-B
 - 1.7.2.4. Integración de métricas en procesos
 - 1.7.2.5. *Card-sorting*
 - 1.7.2.6. *Tree-test*
 - 1.7.2.7. *Eye-tracking*

1.8. Técnicas cualitativas en CX

- 1.8.1. Técnicas cualitativas. Ámbito de aplicación
- 1.8.2. Tipos de técnicas cualitativas: utilidad e indicadores de medición
 - 1.8.2.1. Evaluación heurística
 - 1.8.2.2. *Benchmark*
 - 1.8.2.3. Test de usuarios o *User Test*
 - 1.8.2.4. Entrevistas personales
 - 1.8.2.5. *Focus Group*
 - 1.8.2.6. *Shadowing // Mystery*
 - 1.8.2.7. Estudios de diario

1.9. Metodologías de uso en CX

- 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

1.10. Accesibilidad como parte de la CX

- 1.10.1. La accesibilidad como parte de la CX
- 1.10.2. Niveles de accesibilidad web. Aspectos legales
- 1.10.3. Sitios, productos y servicios accesibles

Módulo 2. Customer Experience *Analytics*

2.1. La calidad del dato y su activación. Elementos clave para un cuadro de mandos

- 2.1.1. Captura de datos
 - 2.1.1.1. Qué, cuándo y cómo recoger 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

2.2. NPS, la lealtad del cliente

- 2.2.1. NPS: ¿qué calcula y cómo?
- 2.2.2. Uso del NPS como KPI de referencia. Pros y contras
- 2.2.3. Ejemplos y referencias sectoriales

2.3. CSAT. Satisfacción del cliente

- 2.3.1. CSAT: ¿qué calcula y cómo?
- 2.3.2. Uso del CSAT como KPI de referencia. Pros y contras
- 2.3.3. Ejemplos y referencias sectoriales

2.4. KPI complementarios

- 2.4.1. CES: satisfacción del cliente con el grado de dificultad de una acción en concreto
- 2.4.2. CLV: Valor de Vida del Cliente
- 2.4.3. Tasas de abandono y retención
- 2.4.4. Particularidades sectoriales

2.5. Reputación online. Importancia del dato semántico de internet

- 2.5.1. Escucha activa en internet: análisis de reputación de marca en redes sociales, comparadores y tu web
- 2.5.2. Estrategia de respuesta: la interacción como herramienta de gestión de la reputación de marca
- 2.5.3. Plataformas para la escucha y la gestión

2.6. Contact Center. El teléfono, poderosa palanca para tomar el pulso del cliente

- 2.6.1. Ilustración del rol del CX en el desarrollo de un producto de innovación
- 2.6.2. Fases imprescindibles
- 2.6.3. Errores comunes

2.7. Claves para la consecución de una visión holística del *Feedback* del cliente

- 2.7.1. Selección de tus KPI óptimos
- 2.7.2. Optimización del momento del *Journey* para la recogida del *Feedback*
- 2.7.3. Identificación de la experiencia del cliente por tipología de perfil de cliente

2.8. La arquitectura tecnológica. Aspectos clave

- 2.8.1. Seguridad
- 2.8.2. Privacidad
- 2.8.3. Integridad
- 2.8.4. Escalabilidad
- 2.8.5. Tiempo real

2.9. El cuadro de mandos

- 2.9.1. Roles
 - 2.9.1.1. ¿Quién interactúa?, propósito y frecuencia
- 2.9.2. Visualización del dato
 - 2.9.2.1. Plataformas
- 2.9.3. Valoración de las implicaciones de las integraciones

2.10. La experiencia del cliente desde diferentes puntos de partida: el camino hacia la excelencia

- 2.10.1. Grado de conocimiento de tu cliente y el cliente objetivo
- 2.10.2. Gestión de la experiencia con equipos externos
- 2.10.3. Recursos, tiempo y seguimiento
- 2.10.4. Evangelización desde el equipo directivo/ ejecutivo

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

3.1. La tecnología, facilitadora de la experiencia de cliente

- 3.1.1. Claves de un sistema de CX apoyado en la tecnología
- 3.1.2. Tecnología vinculada con la CX
- 3.1.3. Tecnología al servicio de las personas
- 3.1.4. Aplicación práctica

3.2. Diagnóstico tecnológico inicial para potenciar la experiencia de cliente

- 3.2.1. Realización de un diagnóstico en innovación y tecnología
- 3.2.2. Tipos de compañías en función a su madurez tecnológica
- 3.2.3. Fases para una implantación efectiva de la tecnología

3.3. Sistemas de captación de información de clientes

- 3.3.1. El *Feedback* de cliente como base para una CX accionable
- 3.3.2. Fuentes de captación de información directa
- 3.3.3. Fuentes de captación de información indirecta
- 3.3.4. Fuentes innovadoras de captación de cliente
- 3.3.5. Aplicación práctica

3.4. Sistemas de recogida y almacenamiento de información de cliente: CRM

- 3.4.1. El CRM. Relevancia
- 3.4.2. Aplicaciones prácticas del CRM en una compañía
- 3.4.3. Las integraciones como elemento esencial para alimentar y optimizar el uso del CRM
- 3.4.4. Elementos clave para el establecimiento y mantenimiento de la información en CRM

3.5. Sistemas para el análisis y obtención de *Insights* de cliente

- 3.5.1. Visión de cliente 360
- 3.5.2. Diferencias entre CRM y CEM
- 3.5.3. Claves para el establecimiento de un sistema. CEM útil
- 3.5.4. Aplicación práctica

3.6. Sistemas para alimentar los *Customer Profiles*

- 3.6.1. Manejo de la información del CRM para incrementar el conocimiento de los clientes
- 3.6.2. Plataformas que facilitan una visión holística de los clientes
- 3.6.3. Aplicación práctica

3.7. Sistemas para accionar y personalizar la experiencia de cliente: CDP

- 3.7.1. CustomerData Platform (CDP)
- 3.7.2. CDP para mejorar la CX
- 3.7.3. CustomerIntelligence Platform (CIP), un paso más allá de la CDP

3.8. Sistemas de investigación del mercado

- 3.8.1. La importancia de hacer partícipe al cliente actual y potencial
- 3.8.2. *CX Research* para integrar al cliente en nuestras decisiones estratégicas
- 3.8.3. Plataformas para el seguimiento de *Insights* y tendencias de mercado
- 3.8.4. Aplicación práctica

3.9. GDPR, marco seguro para el tratamiento de los datos del cliente

- 3.9.1. GDPR. ¿A quién aplica?
- 3.9.2. Elementos clave para el cumplimiento de la GDPR
- 3.9.3. Incumplimiento de la GDPR. Consecuencias

3.10. El ecosistema tecnológico para potenciar la estrategia de CX

- 3.10.1. 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 esta titulación universitaria avanzada”

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 programa 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.

Asimismo, 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.





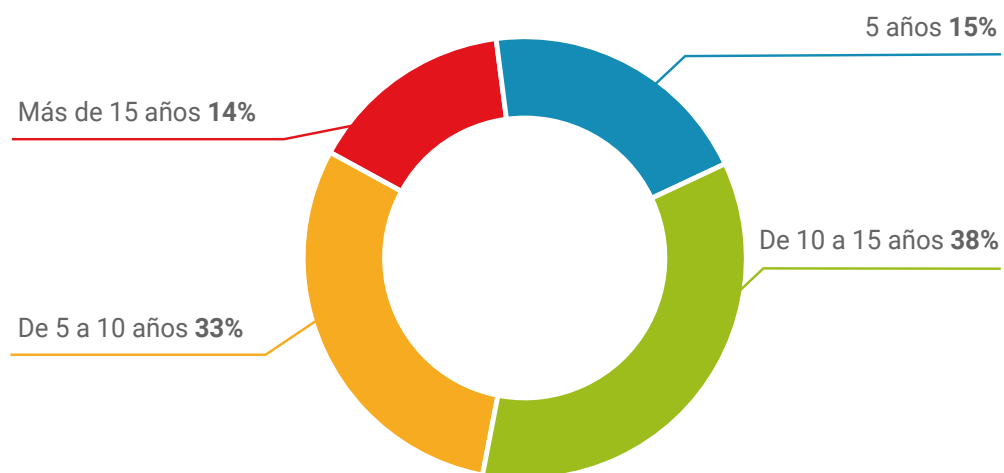
“

Eleva tus competencias para la escucha activa del cliente en RRSS y su análisis para mejorar la atención que reciben de las marcas”

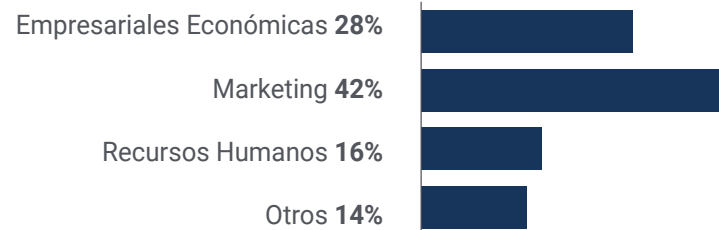
Edad media

Entre **35** y **45** años

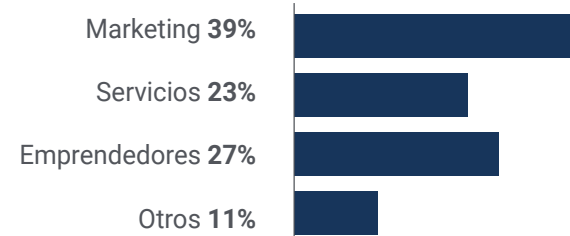
Años de experiencia



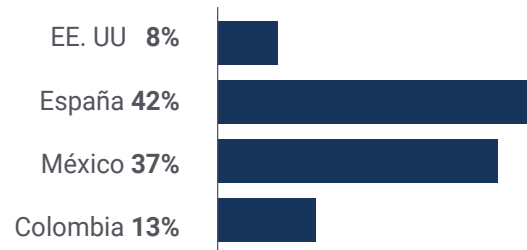
Formación



Perfil académico



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”

08

Dirección del curso

TECH ha reunido en esta enseñanza universitaria a una dirección y cuadro docente de primer nivel en el mundo del Marketing y de la Captación de Clientes. Su gran capacidad para desenvolverse en este sector e integrar las últimas tendencias en estudios de mercado y de satisfacción del consumidor quedan patentes en el temario al que tendrá acceso el alumnado, en cualquier momento del día, desde un dispositivo digital con conexión a internet.



“

Excelentes profesionales del mundo del Marketing serán los responsables de que obtengas un aprendizaje avanzado en Investigación en 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

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 y Ventas por la Universidad Deusto Business School



*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para
impulsar tu desarrollo profesional”*

09

Impacto para tu carrera

Este programa ha sido concebido para impulsar la trayectoria profesional del alumnado que lo curse. La alta demanda de especialistas cualificados por las grandes empresas para la incorporación de las estrategias más efectivas en Customer Experience queda de manifiesto en este Experto Universitario, que incorpora las últimas tendencias en técnicas de investigación.



“

Distínguese en el sector a través del diseño de un modelo eficaz de gobierno de satisfacción del cliente”

¿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.

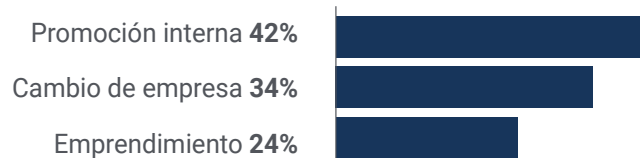
Supérate con la implementación de las herramientas más avanzadas para gestionar la experiencia del cliente.

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

Momento del cambio



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

Este programa está pensado para favorecer no solo el crecimiento del profesional, sino también el de las empresas donde lleve a cabo sus funciones diarias. De esta forma, las compañías podrán contar en su *Staff* con personal especializado, capaz de incorporar las últimas técnicas en investigación orientada al impulso de la satisfacción del cliente de las principales empresas y marcas del mercado actual. Sin duda, una oportunidad de crecimiento mutuo.





“

Con este programa elevarás las estrategias de investigación empleadas por las compañías orientadas a identificar el perfil de los consumidores”

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 capaz 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 Investigación 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 Investigación 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 Investigación en Customer Experience**

ECTS: **18**

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 Investigación en Customer Experience

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Investigación en Customer Experience