

专科文凭

Customer Experience 研究



tech 科学技术大学



## 专科文凭 Customer Experience 研究

- » 模式: 在线
- » 时长: 6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、行政管理科学和商业科学专业的大学毕业生、毕业生和已获得学位的大学毕业生。

网页链接: [www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-customer-experience-research](http://www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-customer-experience-research)

# 目录

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

# 01 欢迎

新的数字生态系统迫使企业不断发展其战略,以吸引新客户、建立客户忠诚度并提高购买过程中的满意度。在这种情况下,拥有最先进的工具来研究潜在市场和发现新的利基市场,是企业成功的关键。因此,TECH 创建了这个 100% 在线的学位,为专业人士提供研究技术、消费者概况分析和技术方面的最新信息,以实施良好的客户体验系统。此外,所有这些都是由最优秀的专家准备的节目,并且可以通过任何可连接互联网的数字设备全天 24 小时访问节目内容。



Customer Experience 研究专科文凭  
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课程”

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

这个大学提供一种在线学习模式,将最新的教育技术与最大的教学严谨性相结合。探索一种独特的、获得国际认可的学习方法,这将为学生在不断变化的世界中茁壮成长的关键。在这个充满创新要求的时代,我们为每位企业家提供了解锁成功之门的承诺。

“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的在这个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。这个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

这个课程是一个独特的建议,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,你将了解到世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的最新信息。

TECH的学生来自200多个国家。



TECH 追求卓越,为此,拥有一系列使其成为独一无二的大学的特色:



### 分析报告

TECH鼓励学生发掘他们批判性思维的一面,培养他们质疑事物、解决问题以及拓展人际交往能力的技能。



### 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 **Relearning** 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。

教师来自 20 个不同的国家。



在TECH,你将有机会深入接触学术界最严谨和最新的案例研究,为你的学术旅程增添更多的色彩和启发"

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

这个大学学位旨在为学生提供最有效、最先进的研究技术和方法,以衡量用户体验。为实现这一目标,TECH 不仅提供最新颖的教材,还提供模拟案例研究,引导毕业生将最先进的策略融入日常工作,在客户体验领域取得专业进步。



“

得益于本计划提供的研究策略,你将能够为你的品牌发现潜在的市场利基”

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研究专科文凭 将培训学生：

01

从不同角度分析和衡量用户体验

02

领导结合定量和定性技术的研究项目

03

确定改进的需求和敏感点

04

发展公司的竞争优势

05

展示并为组织战略决策建议辩护





06

建立工作方法, 简化并鼓励创造性和持续改进

08

确定并提出潜在的市场需求、差距和敏感点, 以优化产品、服务和内部流程

09

确定收集反馈的数据来源 反馈意见 客户反馈

07

为复杂问题制定高效解决方案

10

为收集 Feedback 在客户旅程中最合适的时间点提供反馈收集指南 Journey



11

证实与外部团队一起管理经验的关键方面

14

建立技术与基于客户体验的文化之间的密切关系

12

为设计有效的客户体验仪表盘汇编资源和灵感参考



13

设计一个有效的、多角色的、以决策为导向的客户满意度记分卡

15

开发技术诊断, 作为客户信息协调的起点

16

详细介绍不同类型的反馈源 反馈 客户

18

确定Customer Experience平台的附加值  
Management (CEM)

19

分析使用Customer Data Platform (CDP) 的实用性, 以及有助于提供客户信息和关注市场的流程和系统

17

确定建立和发展强大客户关系管理的关键要素

20

明确在 GDPR 范围内安全、合法使用客户数据的关键要素



# 05

## 结构和内容

Customer Experience研究专科文凭课程旨在用短短 6 个月的时间, 提供该领域最详尽的知识。因此, 学生们将拥有由该领域真正的专家设计的教学大纲和大量创新的教学材料, 这些构成了这一学术选择的虚拟图书馆。



“

每周 7 天、每天 24 小时为你提供多  
媒体药片、案例研究和补充读物”

## 教学大纲

这个大学学位的设计考虑到了旨在提高客户满意度的研究领域的最新趋势。毫无疑问,该课程将成为学生职业生涯中的一个转折点,他们进入该课程的目的是为了深入某一领域,从而实现自己的职业抱负。

因此,TECH 提供的教学大纲将引导毕业生从一开始就深入研究当今用于研究和分析消费者特征的技术,同时考虑到新的数字消费空间。此外,通过每个主题的视频摘要、深度视频、基本读物和案例研究,专业人员将根据公司在这一领域的成熟程度,更动态地深入研究积极倾听、识别机会和管理经验的工具。

此外,基于不断重复关键内容的"再学习方法"可以让学生更有效地学习,减少死记硬背的时间。

此外,没有课堂考勤和课程表限制的班级为学生的自我学习管理提供了更大的灵活性,使学生能够将日常个人活动与走在学术前沿的优质教育相结合。

Customer Experience研究专科文凭课程为期6个月,分为3个模块:

### 模块1

Customer Science 客户体验研究

### 模块2

Customer Experience 分析

### 模块3

先进的客户体验技术和工具。客户部平台 (CDP)



### 何时,何地,如何授课?

TECH 提供完全在线培养Customer Experience 研究专科文凭的可能性。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. 客户科学: 客户体验研究

### 1.1. 客户体验原则与价值

- 1.1.1. 用户体验与客户体验的区别
- 1.1.2. 将客户体验作为公司战略
- 1.1.3. 客户体验转型: 在组织文化方面更进一步

### 1.2. 客户体验的关键因素: 全渠道

- 1.2.1. 全渠道。全渠道客户体验
- 1.2.2. 全方位渠道用户体验。关键点
- 1.2.3. 确定全方位渠道的成熟度

### 1.3. 服务-客户关系全球地图: 蓝图

- 1.3.1. 蓝图。实用性
- 1.3.2. 客户体验Blueprint的优势
- 1.3.3. 设计蓝图

### 1.4. 发展公司 CX 的流程。研究

- 1.4.1. 从客户体验角度开展研究
- 1.4.2. 研究领域
  - 1.4.2.1. 客户生命周期
  - 1.4.2.2. 阶段
  - 1.4.2.3. 研究对象
- 1.4.3. CX 改进工作技术。实践练习
- 1.4.4. 利用有限资源开展研究
- 1.4.5. Research OPS

### 1.5. 了解潜在客户。原型人物

- 1.5.1. 将客户洞察力作为体验设计的基础
- 1.5.2. 荣格的 12 种原型
- 1.5.3. 角色设计

### 1.6. 客户体验之旅

- 1.6.1. 客户之旅。实用性
- 1.6.2. 客户之旅。贡献
- 1.6.3. 设计客户旅程关键问题

### 1.7. CX 定量技术

- 1.7.1. 定量技术。适用范围
- 1.7.2. 定量技术的类型: 实用性和衡量指标
  - 1.7.2.1. 调查
  - 1.7.2.2. 用户测试或 User Test
  - 1.7.2.3. 测试 A-B
  - 1.7.2.4. 将衡量标准纳入流程
  - 1.7.2.5. Card-sorting
  - 1.7.2.6. Tree-test
  - 1.7.2.7. Eye-tracking

### 1.8. 客户体验中的定性技术

- 1.8.1. 定性技术。适用范围
- 1.8.2. 定性技术的类型: 实用性和衡量指标
  - 1.8.2.1. 启发式评价
  - 1.8.2.2. Benchmark
  - 1.8.2.3. 用户测试或 User Test
  - 1.8.2.4. 个人访谈
  - 1.8.2.5. Focus Group
  - 1.8.2.6. Shadowing // Mystery
  - 1.8.2.7. 日记研究

### 1.9. 用于 CX 的方法

- 1.9.1. 工作方法
- 1.9.2. Design Thinking. 在客户体验中的实际应用
- 1.9.3. 精益用户体验在客户体验中的实际应用
- 1.9.4. 敏捷。在客户体验中的实际应用

### 1.10. 无障碍环境是客户体验的一部分

- 1.10.1. 无障碍环境是客户体验的一部分
- 1.10.2. 网络无障碍等级。法律方面
- 1.10.3. 无障碍网站、产品和服务



**模块 2. Customer Experience 分析**

- |  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <b>2.1. 数据质量及其激活。仪表板的关键要素</b><br>2.1.1. 数据采集<br>2.1.1.1. 收集客户 Feedback 的内容、时间和方式<br>2.1.2. 数据分析<br>2.1.2.1. 要求维护一个可由组织各层长期解释的系统<br>2.1.3. 决策<br>2.1.3.1. 解释和行动 | <b>2.2. NPS, 客户忠诚度</b><br>2.2.1. NPS: 它是如何计算的?<br>2.2.2. 将 NPS 作为关键绩效指标的基准。优点和缺点<br>2.2.3. 实例和部门参考资料                            | <b>2.3. CSAT. 顾客满意度</b><br>2.3.1. CSAT: 它是如何计算的?<br>2.3.2. 将 CSAT 作为关键绩效指标的基准。优点和缺点<br>2.3.3. 实例和部门参考资料                           | <b>2.4. 补充关键绩效指标</b><br>2.4.1. CES: 客户对特定行动难度的满意度<br>2.4.2. CLV: 客户终身价值<br>2.4.3. 辍学率和保留率<br>2.4.4. 行业特点 |
| <b>2.5. 网上声誉。语义互联网数据的重要性</b><br>2.5.1. 在互联网上积极倾听: 在社交网络、比较网站和你的网站上进行品牌声誉分析<br>2.5.2. 应对策略: 将互动作为品牌声誉管理工具<br>2.5.3. 监听和管理平台                                     | <b>2.6. 联络中心。电话, 把握客户脉搏的有力杠杆</b><br>2.6.1. 说明客户体验在创新产品开发中的作用<br>2.6.2. 基本步骤<br>2.6.3. 常见错误                                      | <b>2.7. 全面了解客户 Feedback 的关键 客户 Feedback</b><br>2.7.1. 选择最佳关键绩效指标<br>2.7.2. 优化 "Journey" 收集 Feedback 的时间安排<br>2.7.3. 按客户特征类型识别客户体验 | <b>2.8. 技术架构。关键问题</b><br>2.8.1. 安全<br>2.8.2. 隐私<br>2.8.3. 整合<br>2.8.4. 可扩展性<br>2.8.5. 实时性                |
| <b>2.9. 控制面板</b><br>2.9.1. 角色<br>2.9.1.1. 互动对象、目的和频率<br>2.9.2. 数据可视化<br>2.9.2.1. 平台<br>2.9.3. 评估整合的影响  | <b>2.10. 从不同起点出发的客户体验: 通往卓越之路</b><br>2.10.1. 对客户和目标客户的了解程度<br>2.10.2. 与外部团队的经验管理<br>2.10.3. 资源、时间和后续行动<br>2.10.4. 管理层/执行团队的福音传播 |   |  |

模块 3. 先进的客户体验技术和工具。客户部平台

3.1. 技术助力客户体验

- 3.1.1. 技术支持 CX 系统的关键
- 3.1.2. 与客户体验相关的技术
- 3.1.3. 技术为人类服务
- 3.1.4. 实际应用

3.2. 提升客户体验的初步技术诊断

- 3.2.1. 对创新和技术进行诊断
- 3.2.2. 按技术成熟度划分的公司类型
- 3.2.3. 有效实施技术的各个阶段

3.3. 客户信息收集系统

- 3.3.1. 将客户 Feedback 作为可操作的客户体验的基础
- 3.3.2. 直接收集信息的来源
- 3.3.3. 间接信息收集来源
- 3.3.4. 创新的客户获取渠道
- 3.3.5. 实际应用

3.4. 收集和存储客户信息的系统: CRM

- 3.4.1. CRM重要性
- 3.4.2. 客户关系管理在公司中的实际应用
- 3.4.3. 集成是支持和优化 CRM 使用的基本要素
- 3.4.4. 建立和维护客户关系管理信息的关键要素

3.5. 用于分析和获取客户洞察力

- 3.5.1. 全方位客户洞察
- 3.5.2. 客户关系管理(CRM)与客户关系管理(CEM)的区别
- 3.5.3. 建立系统的关键。有用的电磁场
- 3.5.4. 实际应用

3.6. 系统为客户档案

- 3.6.1. 管理客户关系管理信息, 增加对客户了解
- 3.6.2. 有助于全面了解客户的平台
- 3.6.3. 实际应用

3.7. 推动和个性化客户体验的系统: PDC

- 3.7.1. 客户数据平台(CDP)
- 3.7.2. 通过 CDP 改善客户体验
- 3.7.3. 客户智能平台(CIP), 比 CDP 更进一步

3.8. 市场调研系统

- 3.8.1. 吸引现有和潜在客户的重要性
- 3.8.2. 客户体验研究 将客户融入战略决策
- 3.8.3. 监测 洞察力和市场趋势的平台
- 3.8.4. 实际应用

3.9. GDPR - 客户数据处理的安全框架

- 3.9.1. GDPR. 它适用于哪些人?
- 3.9.2. 遵守 GDPR 的关键要素
- 3.9.3. 不遵守 GDPR. 后果

3.10. 促进客户体验战略的技术生态系统

- 3.10.1. 完善的技术对卓越的客户体验至关重要
- 3.10.2. CX 系统集成图
- 3.10.3. 确保技术不与客户满意度背道而驰的关键因素



“

通过这一高级大学学位, 在新的技术生态系统中增强国泰的战略能力”

# 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

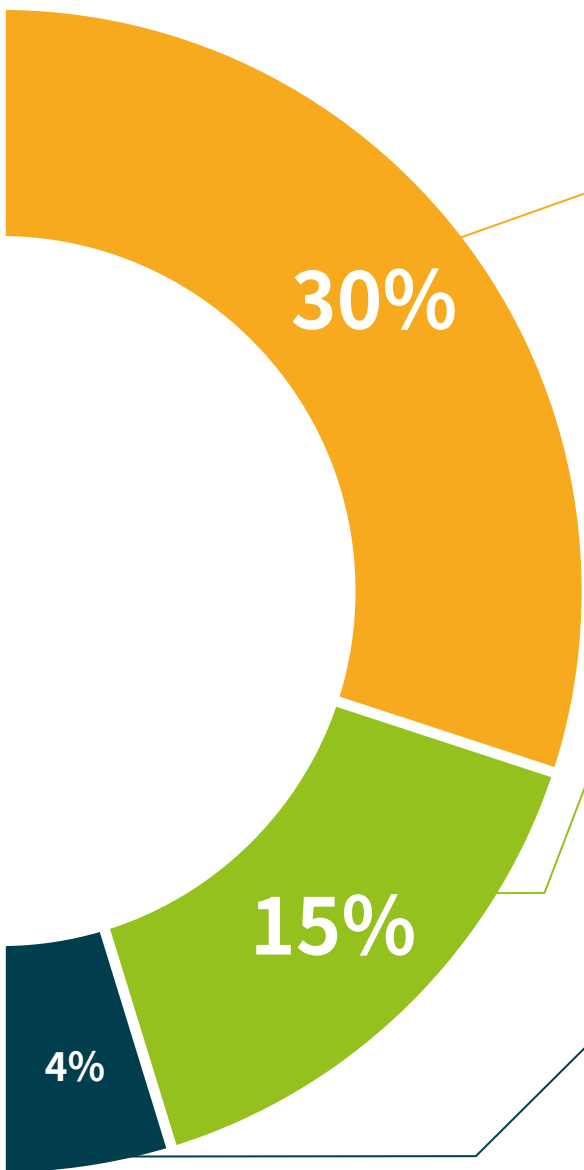
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



### 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

这个课程面向社会、行政和商业科学领域的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。

同样,任何专业的大学毕业生,如果在客户体验领域有两年的工作经验,也可以参加专科文凭课程。





“

提高你在社交媒体上积极倾听客户心声的技能,并对他们进行分析,以提高品牌对他们的关注度”

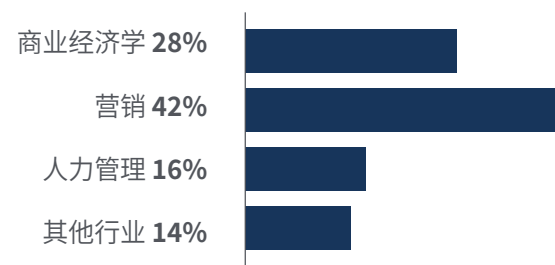
### 平均年龄

**35** 岁至 **45** 之间

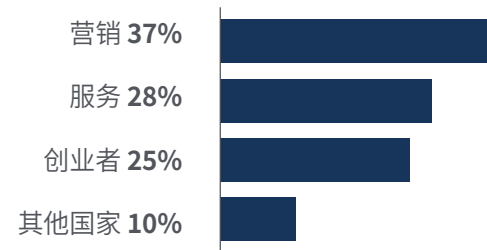
### 经验年限



### 培训

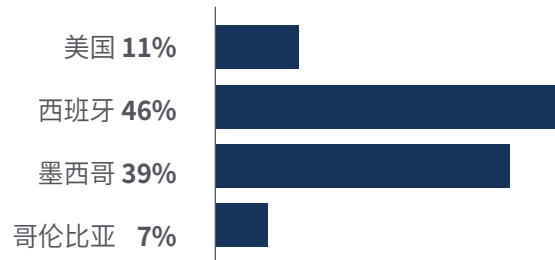


### 学术概况



## 地域分布

---



## Julia Ruiz

营销与Customer Experience专家

“要找到一个既有高级内容又能与工作相匹配的大学学位并不容易。这次，TECH 为我提供了我想要的一切，也让我在重要公司的客户体验管理方面取得了进步。重要公司的Customer Experience管理方面取得了进步”



# 08 课程管理

TECH 在这所大学的教学中汇集了市场营销和客户获取领域的顶级管理和教学人员。它在这一领域的巨大发展能力,以及整合市场调研和消费者满意度研究的最新趋势,都体现在教学大纲中。







“

来自市场营销领域的优秀专业人士将为你提供客户体验研究方面的高级学习课程”

## 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

### Luchena Guarner, Estefanía 女士

- ◆ AKTIOS 高级数字顾问
- ◆ 猫咪健康
- ◆ Banc Sabadell
- ◆ 储蓄银行 (储蓄银行消费金融部和储蓄银行数字部)
- ◆ BBVA、Línea Directa 等.
- ◆ ESERP-ESDAI 大学图形和多媒体设计及计算机管理专业技术专家毕业
- ◆ 获得国际项目管理学院 (EIGP) 的 Scrum 认证和产品负责人认证
- ◆ 产品负责人、敏捷项目管理认证和 SCPO (Scrum Certified & Product Owner) 认证
- ◆ 数字人才高级敏捷项目管理计划中的 Scrum Master
- ◆ 高级 HTML+CSS 和网页设计证书 by SoftObert
- ◆ HTML5+CSS3 响应式和网页设计证书 by SoftObert
- ◆ 神经语言程序学 (NLP) 认证

### 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
- ◆ 毕业于德乌斯托商学院 (Deusto Business School) 工商管理专业, 主修市场营销和销售, 以及德乌斯托商学院 (Deusto Business School) 销售专业



“一次独特、关键且决定性的培训经历, 对推动你的职业发展至关重要”

09

# 对你事业的影响

这个课程旨在促进学生的职业发展。这个专科文凭课程结合了最新的研究技术趋势,充分体现了大公司对高素质专家的殷切需求,以便在客户体验方面采用最有效的战略。





“

通过设计有效的客户满意度管理模式, 在行业中脱颖而出”

## 你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你。

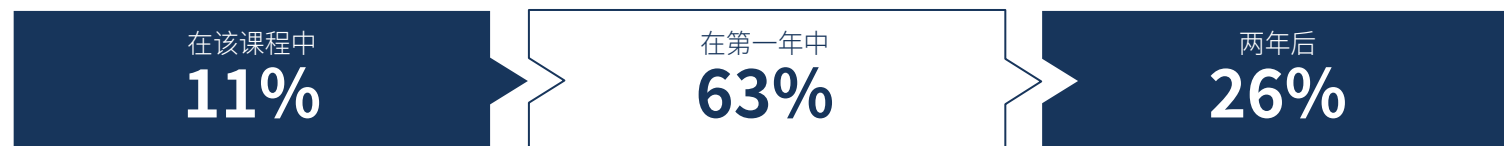
TECH Customer Experience研究专科文凭课程是一项强化课程，旨在帮助学生做好准备，迎接客户体验领域的挑战和商业决策。其主要目标是通过帮助你获得成功来促进你的个人和职业成长。

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。

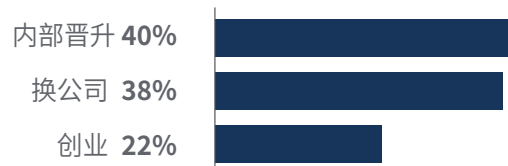
实施最先进的客户体验  
管理工具，超越自我。

通过这个资格证书，  
实现你在客户体验研  
究领域的职业抱负。

### 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

# 对你公司的好处

这个计划的目的是不仅是促进专业人员的成长,也是促进他们履行日常职能的公司的成长。这样,公司就可以依靠他们的 员工 专业人员,他们有能力将最新的研究技术应用于提高当今市场上主要公司和品牌的客户满意度。毫无疑问,这是一个共同成长的机会。





“

通过这个课程的学习, 你将提升企业为识别消费者特征而采用的研究策略”

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

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

# 11 学位

Customer Experience 研究专科文凭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 研究**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 研究专科文凭**

官方学时: **450小时**





## 专科文凭 Customer Experience 研究

- » 模式: 在线
- » 时长: 6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 研究