

Universitätskurs

Forschung in Customer Experience





Universitätskurs Forschung in Customer Experience

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Studiengänge in den Bereichen Sozial- oder Rechtswissenschaften, Verwaltung oder Business Administration abgeschlossen haben.

Internetzugang: www.techtute.com/de/wirtschaftsschule/universitatskurs/forschung-customer-experience

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 18

06

Methodik

Seite 24

07

Profil unserer Studenten

Seite 32

08

Kursleitung

Seite 36

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 40

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 44

11

Qualifizierung

Seite 48

01 Willkommen

Die Forschung in Customer Experience (CX) ist für Unternehmen zu einem grundlegenden Instrument geworden, um die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Kunden zu verstehen und so die Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen zu verbessern. Dank dieses Verfahrens können Unternehmen die Schmerzpunkte der Nutzer identifizieren und Lösungen entwickeln, die es ihnen ermöglichen, ein zufriedenstellendes Erlebnis zu bieten, die Kundenbindung zu stärken und ihre Rentabilität zu steigern. Daher ist dieses Universitätsprogramm eine einzigartige Gelegenheit für diejenigen, die sich auf diesen Bereich spezialisieren und die notwendigen Fähigkeiten zur Entwicklung von CX Research erwerben möchten. Der Studiengang ist zu 100% online und verwendet die didaktische Methodik Relearning, die das gemeinsame Lernen und die Interaktion zwischen den Studenten fördert.



Universitätskurs in Forschung in Customer Experience.
TECH Technologische Universität



Werden Sie mit diesem Universitätskurs zum Spezialisten in der Forschung in Customer Experience und bieten Sie die beste fachliche Beratung"

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zum geschäftlichen Erfolg zu verhelfen"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95% | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.



TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Dieser Universitätsabschluss ermöglicht es Ihnen, die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse zu erwerben, um Forschung in Customer Experience effektiv durchzuführen. Im Laufe von sechs Wochen lernen die Teilnehmer, wie sie Umfragen, Interviews und andere Arten von Forschung konzipieren und durchführen, um Informationen über das Kundenerlebnis zu erhalten. Darüber hinaus werden sie in der Lage sein, die gewonnenen Daten zu analysieren und daraus Strategien zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit, der Loyalität und damit der Rentabilität des Unternehmens zu entwickeln.



“

Tauchen Sie in den Blue Print ein und bestimmen Sie dank dieses Universitätskurses von TECH die globalen Strukturen der Beziehungen zwischen Service und Kunden“

**TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.
Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.**

Der **Universitätskurs in Forschung in Customer Experience** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

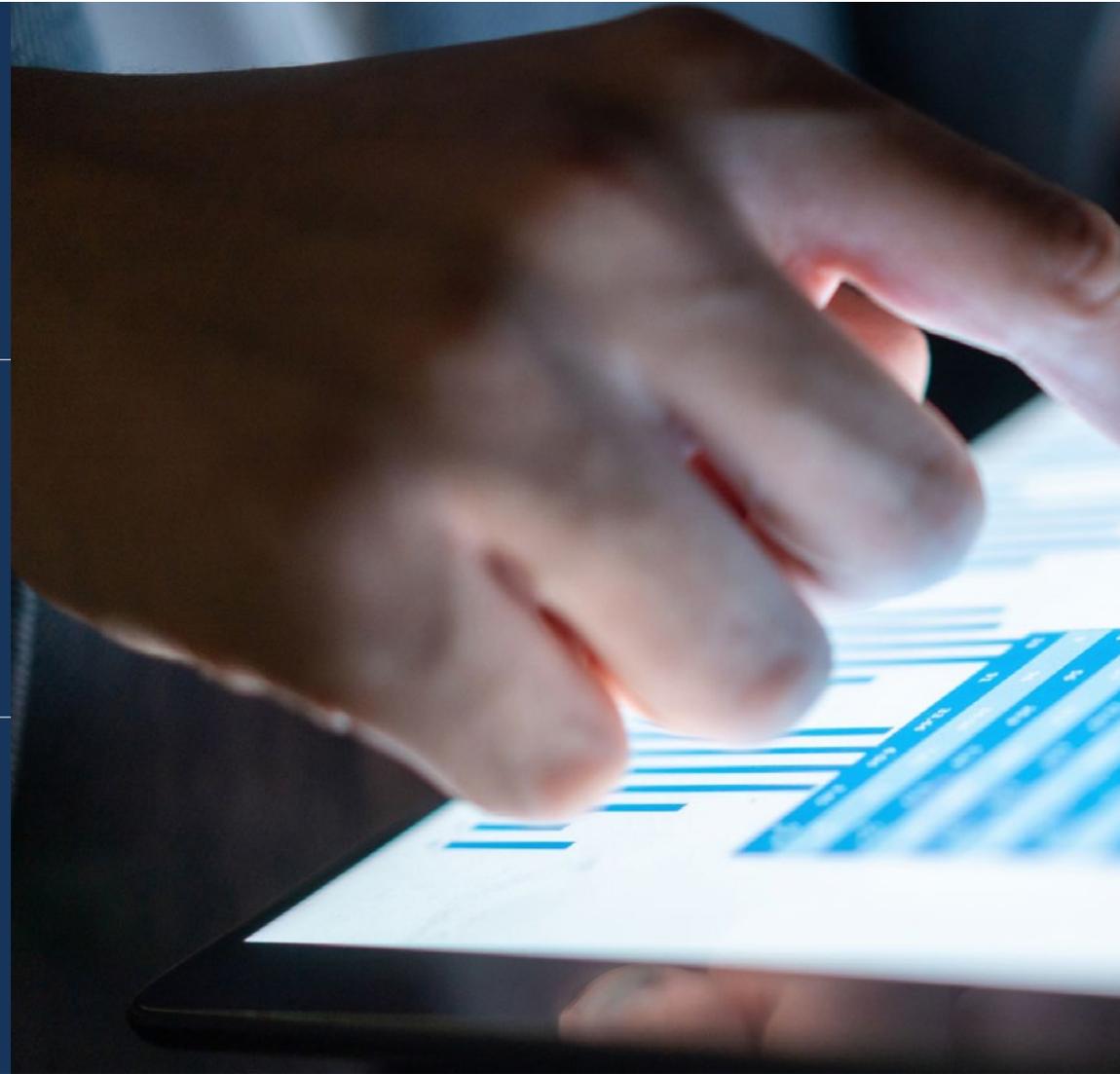
Definieren der Grundlagen für die Umsetzung eines CX-Projekts

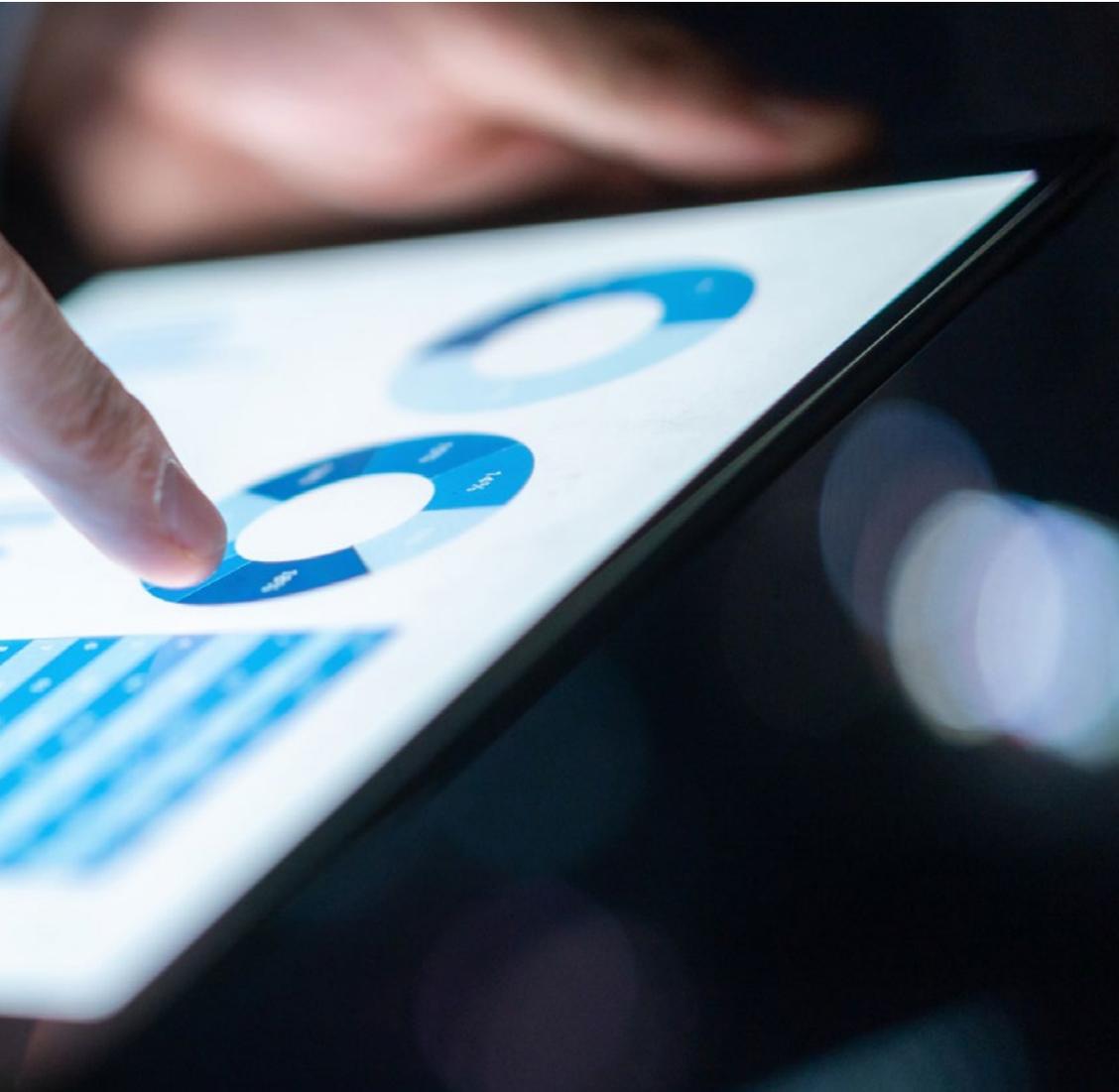
02

Entwerfen eines effektiven Modells zur Steuerung der Kundenzufriedenheit gültig für verschiedene Rollen und entscheidungsorientiert

03

Identifizieren des besten Kundenerfahrungs-KPIs je nach Art des Unternehmens





04

Nutzen des emotionalen Marketings und des Storytellings, um ein unvergessliches Einkaufserlebnis zu schaffen

05

Analysieren des Einflusses der Technologie auf das Einkaufserlebnis und wie man sie nutzen kann, um die Interaktion mit den Kunden im Geschäft zu verbessern

06

Etablieren von Arbeitsmethoden, die die Kreativität und die kontinuierliche Verbesserung rationalisieren und fördern

05

Struktur und Inhalt

Der Ansatz des Universitätskurses in Forschung in Customer Experience ist auf die Bedürfnisse von Fachleuten des digitalen Marketings zugeschnitten, weshalb er online angeboten wird. Das bedeutet, dass die Studenten die Zeit und den Ort des Studiums selbst bestimmen können, was ein anregendes und einzigartiges Lernen während des sechswöchigen Programms ermöglicht. Die Struktur des Studiengangs ist flexibel und erschwinglich, so dass Spezialisten die akademischen Ressourcen an ihre Zeitpläne und beruflichen Verpflichtungen anpassen können. Auf diese Weise können die Studenten die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse erwerben, um die User Experience zu verbessern und sich im Bereich CX auszuzeichnen, ohne ihr Arbeits- und Privatleben zu vernachlässigen.



“

*Führen Sie bahnbrechende Forschungen
durch, die das Kundenerlebnis verbessern"*

Lehrplan

Das Hauptziel des Universitätskurses in Forschung in Customer Experience ist es, die analytischen Fähigkeiten und die effiziente Entscheidungsfindung im Bereich Customer Experience zu verbessern und die Ausrichtung von Organisationen auf diese Geschäftsvision zu vertiefen.

Während des sechswöchigen Programms werden entscheidende Managementkompetenzen wie Omnichannel, Blue Print, CX-Verbesserungstechniken, Kundenarchetypen und die Customer Journey in CX erarbeitet. Der Lehrplan zielt darauf ab, Führungskräfte zu qualifizieren, die in der Lage sind, Hochleistungsteams im digitalen Sektor zu leiten und soll ihnen Fähigkeiten im Bereich der Entscheidungsfindung und des Projektmanagements aus strategischer, technologischer und innovativer Sicht vermitteln.

Die Lernerfahrung im Universitätskurs in Forschung in Customer Experience passt sich den Bedürfnissen jedes einzelnen Studenten an, indem die didaktischen Materialien in verschiedenen Multimedia- und Textformaten angeboten werden. Darüber hinaus ermöglicht das flexible Format des Abschlusses den Studenten, ihre akademischen Ressourcen entsprechend ihren Zeitplänen und beruflichen Verpflichtungen zu organisieren.

Die didaktische *Relearning*-Methode wird eingesetzt, um ein sinnvolles und nachhaltiges Lernen zu fördern. Kurz gesagt, dieser Universitätsabschluss bietet ein personalisiertes und effizientes Studium, um Fachleute zu qualifizieren, die in der Lage sind, Teams zu leiten und strategische Entscheidungen im Bereich der Kundenerfahrung zu treffen.

Dieser Universitätskurs erstreckt sich über 6 Wochen und besteht aus einem Modul:

Modul 1

Customer Science: Forschung in Customer Experience



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätskurs in Forschung in Customer Experience vollkommen online zu absolvieren. Während der 6 Wochen der Spezialisierung wird der Student in der Lage sein, jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zuzugreifen, was es ihm ermöglicht, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Customer Science: Forschung in Customer Experience

1.1. Prinzipien und Werte der Customer Experience

- 1.1.1. Unterschiede zwischen CX und UX
- 1.1.2. Customer Experience als Unternehmensstrategie
- 1.1.3. CX-Transformation: Ein Schritt weiter in der Organisationskultur

1.2. Der zentrale Faktor für CX: Lan Omnichannel

- 1.2.1. Omnichannel. Omnichannel-CX
- 1.2.2. Omnichannel-Benutzererfahrung. Wichtige Punkte
- 1.2.3. Bestimmung des Omnichannel-Reifegrads

1.3. Karte der globalen Service-Kunden-Beziehung: BLUE PRINT

- 1.3.1. Blue Print. Nützlichkeit
- 1.3.2. Vorteile von Blue Print in CX
- 1.3.3. Gestaltung eines Blue Print

1.4. Prozess zur Entwicklung der CX eines Unternehmens. Forschung

- 1.4.1. Forschung in Bezug auf CX
- 1.4.2. Umfang der Studie
 - 1.4.2.1. Lebenszyklus eines Kunden
 - 1.4.2.2. Etappen
 - 1.4.2.3. Gegenstand der Forschung
- 1.4.3. Techniken der CX-Verbesserungsarbeit. Praktische Übungen
- 1.4.4. Forschung mit begrenzten Ressourcen
- 1.4.5. Forschung OPS

1.5. Wissen über den potenziellen Kunden. Archetypische Charaktere

- 1.5.1. Das Wissen über den Kunden als Grundlage für das Erlebnisdesign
- 1.5.2. Die 12 Archetypen von Jung
- 1.5.3. Charakter Design

1.6. Customer Journey in der CX

- 1.6.1. Customer Journey. Nützlichkeit
- 1.6.2. Customer Journey. Beiträge
- 1.6.3. Gestaltung einer Customer Journey: Schlüsselaspekte

1.7. Quantitative Techniken in der CX

- 1.7.1. Quantitative Techniken. Umfang der Anwendung
- 1.7.2. Arten von quantitativen Techniken: Nützlichkeit und Messindikatoren
 - 1.7.2.1. Fragebögen
 - 1.7.2.2. Benutzertest oder Anwendertest
 - 1.7.2.3. A-B-Test
 - 1.7.2.4. Integration von Metriken in Prozesse
 - 1.7.2.5. Card-Sorting
 - 1.7.2.6. Tree-Test
 - 1.7.2.7. Eye-Tracking

1.8. Qualitative Techniken bei CX

- 1.8.1. Qualitative Techniken. Umfang der Anwendung
- 1.8.2. Arten von qualitativen Techniken: Nützlichkeit und Messindikatoren
 - 1.8.2.1. Heuristische Bewertung
 - 1.8.2.2. Benchmark
 - 1.8.2.3. Benutzer-Test oder User Test
 - 1.8.2.4. Persönliche Befragungen
 - 1.8.2.5. Focus Group
 - 1.8.2.6. Shadowing // Mystery
 - 1.8.2.7. Tägliche Studien

1.9. CX-Nutzungs-Methoden

- 1.9.1. Arbeitsmethodologien
- 1.9.2. Design Thinking. Praktische Anwendung in CX
- 1.9.3. Lean UX. Praktische Anwendung in CX
- 1.9.4. Agile. Praktische Anwendung in CX

1.10. Zugänglichkeit als Teil von CX

- 1.10.1. Zugänglichkeit als Teil von CX
- 1.10.2. Stufen der Zugänglichkeit im Web. Rechtliche Aspekte
- 1.10.3. Zugängliche Websites, Produkte und Dienstleistungen



“

Mit diesem Universitätskurs vertiefen Sie u. a. die Methoden der CX-Anwendung wie das Desing Thinking oder die Lean UX”

06

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen*”

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Übungen zu Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



07

Profil unserer Studenten

Der Universitätskurs richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse im Bereich der Sozial- und Rechtswissenschaften, der Verwaltung oder der Wirtschaft erworben haben.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.

Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im Feld des digitalen Marketings können den Universitätskurs absolvieren.





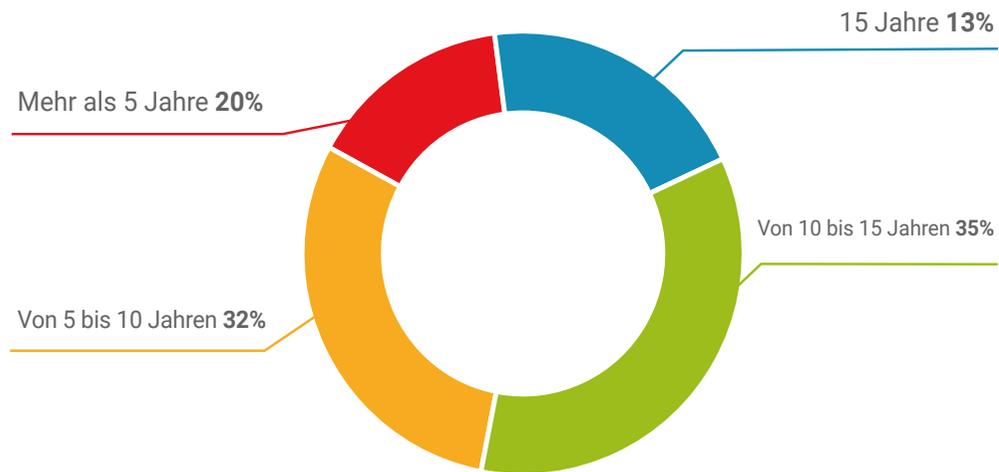
“

Erweitern Sie Ihre Fähigkeiten und führen Sie qualitative und quantitative Forschung im Bereich User Experience bei den renommiertesten Unternehmen der Welt durch"

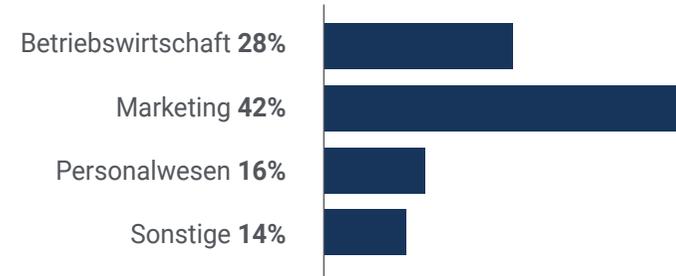
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

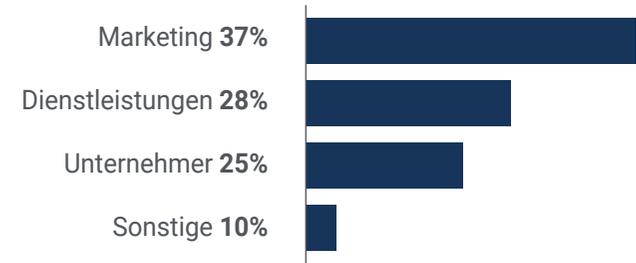
Jahre der Erfahrung



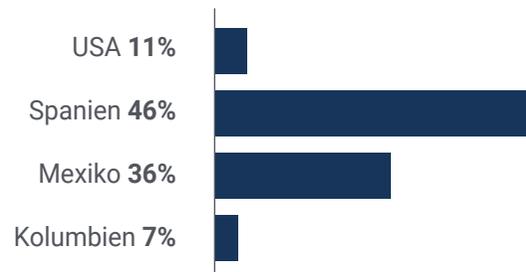
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Tamara Machín Esparza

Datenanalystin für Kundenerfahrung

„Der Universitätskurs in Forschung in Customer Experience war eine bereichernde Erfahrung für meine Karriere als Spezialistin für digitales Marketing. Dank der im Rahmen des Programms erworbenen Kenntnisse konnte ich die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden besser verstehen, was es mir ermöglicht hat, effektivere Strategien umzusetzen und das Nutzererlebnis zu verbessern. Außerdem konnte ich dank des flexiblen Online-Formats des Kurses meine akademische Fortbildung mit meinen beruflichen und persönlichen Verpflichtungen vereinbaren“

08

Kursleitung

Dieses Universitätsprogramm verfügt über ein hochqualifiziertes Dozententeam auf dem Gebiet der Forschung in Customer Experience. Alle Experten verfügen über umfangreiche Branchenerfahrung und sind aktiv in der Branche tätig, so dass sie den Studenten eine aktuelle Weiterbildung bieten können, die sich an den neuesten CX-Trends und Praktiken orientiert. Darüber hinaus vermitteln sie den Studenten ein umfassendes und praktisches Verständnis für die Bedeutung von CX im heutigen Geschäftsumfeld und geben ihnen Werkzeuge und Strategien zur Verbesserung der User Experience an die Hand. Darüber hinaus gewährleistet der umfangreiche berufliche Hintergrund der Dozenten eine qualitativ hochwertige Fortbildung und einen direkten Bezug zur Arbeitswelt, so dass die Studenten das Gelernte in ihrer täglichen Arbeit anwenden können.





“

*Alles, was Sie für effektives,
hochwertiges Studium brauchen, ist ein
hoch angesehenes Dozententeam"*

Leitung



Fr. Yépez Molina, Pilar

- ◆ Marketingberaterin und -Trainerin für Unternehmen unter der Marke La Digitalista
- ◆ Kreativdirektorin und Gründungspartnerin bei ÚbicaBelow, wo sie On- und Offline Marketingkampagnen entwickelt und gestaltet
- ◆ Executive Creative Director für die Erstellung und Entwicklung von Offline und Beziehungsmarketingkampagnen für Kunden Online und offline bei Sidecar SGM
- ◆ Online Creative Manager und Executive Creative Director bei MC Comunicación
- ◆ Dozentin für Digitales Marketing an der katalanischen Journalistenschule
- ◆ Dozentin für Digitales Marketing und Kommunikationsstrategien im Studiengang Ingenieurwesen an der BES La Salle
- ◆ Dozentin für Digitales Marketing an der EUNCET Business School
- ◆ Aufbaustudiengang in Relationship Marketing vom Institut für Digitale Wirtschaft ICEMD
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Public Relations an der Universität von Sevilla



Professoren

Fr. Luchena Guarner, Estefanía

- ◆ Senior Digitale Beraterin bei AKTIOS
- ◆ Cat Salut
- ◆ Banc Sabadell
- ◆ CaixaBank (CaixaBank Consumer Finance und Caixabank Digital)
- ◆ BBVA, Línea Directa, etc...
- ◆ Hochschulabschluss als Technischer Experte in Grafik- und Multimediadesign und Computermanagement von der ESERP-ESDAI Universität
- ◆ Scrum Certified & Product Owner von der Internationalen Schule des Projektmanagements (EIGP)
- ◆ Product Owner, Zertifiziert in Agile Project Management und SCPO-Zertifizierung (Scrum Certified & Product Owner)
- ◆ Scrum Masterstudiengang im Fortgeschrittene Digitale Talente „Agile Project Management-Programm
- ◆ Zertifikat HTML+CSS Advanced und Web Design von SoftObert
- ◆ Zertifikat HTML5+CSS3 Responsive und Web Design von SoftObert
- ◆ Zertifizierung in Neurolinguistischem Programmieren (NLP)

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Der Universitätskurs in Forschung in Customer Experience kann ein großartiger Karriere-Booster für jede Fachkraft sein, die sich für den Bereich des digitalen Marketings interessiert. Das tiefgreifende Verständnis der Forschungs- und Analyseprozesse im Bereich User Experience, das im Laufe des Studiums erworben wird, sowie die Fähigkeit, strategische Entscheidungen zu treffen und leistungsstarke Teams zu leiten, können entscheidend sein, wenn man sich auf dem heutigen Arbeitsmarkt behaupten will. Darüber hinaus ermöglichen die Flexibilität des Studiengangs und die didaktische Methodik des Relearning eine effiziente Integration des Studiums in den Arbeitsalltag, was die Zugänglichkeit und die Möglichkeit, das Gelernte im Beruf anzuwenden, erhöht.



“

*TECH passt sich an die Bedürfnisse von
Spezialisten für digitales Marketing an und
bietet Ihnen die aktuellsten Erkenntnisse
zum Thema Customer Experience"*

Geben Sie Ihren Kunden die Gewissheit, dass Sie sie dank dieses Programms bei der Umsetzung eines effektiven Kundenerlebnisses beraten werden.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

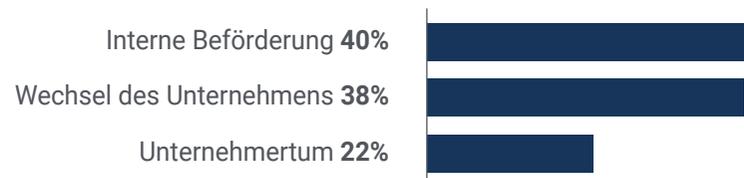
Der Universitätskurs in Forschung in Customer Experience der TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des digitalen Marketings vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein. Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

Verwirklichen Sie Ihre beruflichen Ziele mit diesem Universitätsabschluss, der an der Spitze der akademischen Welt steht.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **27%**



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Ein Experte, der den Universitätskurs in Forschung in Customer Experience absolviert hat, kann einen erheblichen Einfluss auf Unternehmen haben, da sie die Kundenzufriedenheit und damit ihre Rentabilität verbessern können. Ein CX-Experte kann Unternehmen dabei helfen, die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Nutzer besser zu verstehen, was zu einem besseren Kundenerlebnis und letztlich zu einer höheren Kundenbindung und Loyalität führt. Darüber hinaus sind diese Experten in der Lage, innovative Techniken und Methoden zur Analyse von CX-Daten anzuwenden und dem Unternehmen zu helfen, strategische Entscheidungen zu treffen, die auf harten Daten und nicht auf Annahmen beruhen.





“

*Werden Sie Forscher in Customer Experience
und bieten Sie qualitativ hochwertige
Beratung, die niemanden kalt lässt"*

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.



11

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Forschung in Customer Experience garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren
Universitätsabschluss ohne lästige Reisen
oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätskurs in Forschung in Customer Experience** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätskurs in Forschung in Customer Experience**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



Universitätskurs

Forschung in Customer Experience

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Forschung in Customer Experience

