

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Estrategia de la experiencia de cliente

Descripción: Asignatura en la que los alumnos aprenderán qué engloba el concepto de experiencia de cliente y cómo vincularlo a los diferentes tipos de estrategia empresarial que podemos encontrar en el mercado. A través del análisis organizativo, del entorno y del mercado, aprenderán los diferentes tipos de estrategia de experiencia de cliente, cómo fijar objetivos en torno a ella y finalmente lograr trazar un mapa de públicos a los que comunicar dicha estrategia, adaptando el mensaje acorde a la estrategia interna (valores y atributos de la marca) y externa de la compañía (visión y necesidades de los clientes).

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Modalidad: Online

Temario:

- La Experiencia de Cliente (CX): Definiciones, Implicaciones y aporte de valor
- El Cliente: Comportamiento de compra y Percepciones
- Análisis Competitivo de Experiencia de Cliente
- Estrategias de Experiencia de Cliente: Tipos y Objetivos
- Segmentación y Posicionamiento con base en CX
- Definición de líneas estratégicas según diferentes priorizaciones: momentos claves y segmentos.
- Creación de foros necesarios para la toma de decisiones tácticas y estratégicas
- Estrategias de Comunicación interna y externa
- Estrategias de Canales: Omnicanal

Competencias:

CE1. Analizar información interna (de la organización) y externa (de mercado) para entender al cliente en todas sus dimensiones.

CE2. Diseñar la estrategia de experiencia de cliente en un entorno empresarial implicando a toda la organización.

CE11. Analizar de forma relacionada la información de negocio y experiencia de cliente para conocimiento de su rentabilidad y la toma de decisiones de negocio.

Actividades Formativas:

ACTIVIDAD		HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases Expositivas.		17	100%
Clases prácticas	Estudios del caso	5	100%
	aprendizaje basado en problemas (ABP)	5	
	simulación.	5	
Tutorías.		10	60%
Trabajo autónomo.		100	0%
Prueba Objetiva Final.		2	100%

Metodologías docentes:

Lección Magistral (Participativa o no participativa)	El profesor facilita al estudiante herramientas para facilitar el aprendizaje activo y que este adquiera las competencias asignadas a la materia. El estudiante interviene, complementando o dando feedback a la exposición del profesor
Estudios de casos.	El profesor facilita al estudiante herramientas para facilitar el aprendizaje activo y que este adquiera las competencias asignadas a la materia.
Resolución de problemas	La finalidad de esta metodología es favorecer la consecución de un grado elevado de autonomía intelectual mediante un planteamiento concreto formulado por el profesor.
Trabajo cooperativo	Metodología basada en el trabajo en equipo, el profesor propicia la interacción entre estudiantes, a través de esta metodología se adquieren competencias transversales y habilidades interpersonales.
Diseño de Proyectos.	Se realizan propuestas de intervención específica en el marco de la asignatura.
Tutorías.	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Trabajo Autónomo.	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado.

Sistema de Evaluación:

SISTEMA		PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación del Portfolio	Estudio del Caso	10	15
	Resolución de problemas	10	15
	Diseño de Proyectos	15	25
Evaluación de la Prueba.		40	60