

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Implantación online de la estrategia de experiencia de cliente

Descripción: No existe una implantación real si nos limitamos a los puntos de contacto off-line cuando la relación digital con nuestros clientes evoluciona a una rápida velocidad. Así, los alumnos aprenderán a diseñar un plan de implantación digital a través de diferentes canales y con el diseño de productos y servicios necesarios para llevar a cabo la nueva experiencia de cliente, incluyendo el diseño de campañas claves para los momentos de relación indirecta con el cliente, así como el desarrollo del modelo de negocio digital de la compañía.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Modalidad: Online

Temario:

- Implantación de la transformación de canales digitales
- Identificación de nuevos servicios digitales basándose en el cliente
- Diseño de nuevos servicios digitales partiendo del cliente
- Definición de protocolos de atención digital que incorpore el empoderamiento a los colaboradores internos y externos
- Implantación de nuevos servicios digitales partiendo del cliente desde el mínimo producto viable
- Creación de campañas digitales
- Implantación del modelo de negocio digital

Competencias:

CE3. Definir los proyectos necesarios para la ejecución del plan global de experiencia de cliente en un entorno empresarial.

CE4. Organizar los equipos de proyectos de experiencia de cliente en relación a figuras clave y roles para su eficiente ejecución.

CE7. Elaborar documentos con directrices claras para el desarrollo digital de iniciativas y servicios de cliente.

CE8. Diseñar un plan de innovación a través del uso de técnicas de creatividad, partiendo del conocimiento del cliente.

CE10. Diseñar un sistema de voz de cliente y escucha activa a través de canales online y offline para la mejora continua de la experiencia de cliente.

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.

CE12. Elaborar resúmenes ejecutivos para la presentación de resultados de la implantación del plan de experiencia de cliente en entornos directivos.

CE14. Analizar las principales tendencias e innovaciones de experiencia de cliente por sector para su incorporación en la estrategia de experiencia de cliente y acciones que componen el plan.

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.
Seguimiento	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