



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso en Gestión de la Experiencia del Consumidor

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso en Gestión de la Experiencia del Consumidor

duración total: 150 horas

horas teleformación: 75 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Desde hace años y en especial con la llegada de la digitalización, los consumidores han desarrollado una extraordinaria capacidad para informarse y ser críticos con los productos y servicios que demandan. El consumidor digital tiende a comparar y contrastar las mejores ofertas, y sólo están dispuestos a repetir con aquellas con las que hayan tenido una experiencia que haya como mínimo igualado sus expectativas. En este Curso en Gestión de la Experiencia del Consumidor vas a tener la oportunidad de aplicar las claves que deben considerarse a la hora de optimizar la experiencia de cara a fidelizar clientes y obtener una mayor rentabilidad. INESEM te proporciona una formación flexible, con contenidos actuales y con un equipo docente especializado y cercano.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Analizar al consumidor, en especial a aquel que se mueve en entornos digitales.
- Diseñar una estrategia de customer experience desde cero.
- Aplicar disciplinas relacionadas como pueden ser el neuromarketing o el big data.
- Gestionar de manera eficiente la usabilidad y la experiencia del usuario.

para qué te prepara

Este Curso Online en Gestión de la Experiencia del Consumidor te prepara para liderar el área de Customer Experience de tu empresa. Lograrás captar y retener clientes, mejorando los índices de satisfacción de estos y detectando nuevas oportunidades. Mejorarás la imagen percibida de la empresa y lograrás que tus clientes recomienden tu marca a otros clientes, logrando así beneficios de manera exponencial.

salidas laborales

Gracias a este curso podrás aspirar a puestos relacionados con las áreas de marketing y comercio, en especial aquellos relacionados con el CEM o Customer Experience Management. Además, como emprendedor este curso te ayudará a diseñar de manera eficaz la estrategia de gestión de experiencia de clientes que sustentará el éxito de tu negocio y el valor de tu oferta.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Customer Experience y Entorno Digital'
- Manual teórico 'UX: Usabilidad y Experiencia del Usuario'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. CUSTOMER EXPERIENCE Y ENTORNO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL NUEVO CLIENTE DIGITAL

- 1.Transformación del entorno digital
- 2.Nueva generación de consumidores
- 3.Tendencias digitales (omnicanalidad, sobreinformación, experiencias inmersivas...)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIAGNÓSTICO DEL CUSTOMER EXPERIENCE

- 1.Introducción al customer journey
- 2.Fases de la experiencia del cliente
- 3.Propuestas de mejora
- 4.Herramientas para crear un Customer Journey
- 5.Tendencias
- 6.Introducción al Buyer Persona
- 7.Cómo crear tu Buyer Persona
- 8.Herramientas
- 9.Análisis y mapeo de los touch points
- 10.Identificación de los MOTs (Momentos de la Verdad)

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

- 1.Estrategias de transformación digital global, por etapas y funciones, spin-off
- 2.Empresa a los consumidores y clientes: construcción colaborativa de ofertas, comunicación colaborativa sobre la marca, innovación colaborativa, medios sociales...
- 3.Modelo de Trabajo en un entorno digital
- 4.Enfoques: Mobile first, Lean startup, Growth Hacking

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO E INNOVACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL CLIENTE

- 1.Concepto, áreas de aplicación y potenciales beneficios del Design Thinking
- 2.Herramientas para la generación y combinación de ideas
- 3.Metodología en Design Thinking (I) (Skateholders Map, Inmersión cognitiva, interacción constructiva, mapa menta Moodboard, Observación encubierta, entrevistas, scamper, visualización empática...)
- 4.Metodología en Design Thinking (II): Card Sorting, Maquetas, Mapa de ofertas, actividades de reactivación, Brainstorming, Storytelling, Brainwriting...)
- 5.Metodología en Design Thinking (III): Matriz de motivaciones, Role Play, Storyboard...)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NEUROMARKETING

- 1.El Neuromarketing actual
- 2.Tendencias en neuromarketing
- 3.Psicología del consumidor
- 4.Motivación y persuasión del consumidor
- 5.Las emociones en el comportamiento de compra
- 6.Predicción en el comportamiento de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BIG DATA

- 1.¿Qué es el Big Data?
- 2.La importancia de almacenar y extraer información
- 3.Reglas para los Big Data
- 4.Big Data enfocado a los negocios

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EXPERIENCIAS DE ÉXITO

- 1.Casos reales
- 2.Ejercicios prácticos

MÓDULO 2. UX/UI: USABILIDAD Y EXPERIENCIA DEL USUARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

- 1.La usabilidad

2. Conceptos clave
3. Atributos
4. Complejidad e importancia de la usabilidad
5. Usabilidad aplicada a un proyecto
6. Mejoras de la usabilidad al producto final
7. Procesos y herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERIENCIA DE USUARIO -UX

1. Definición
2. Principios de experiencia de usuario
3. Experiencia de usuario y dispositivos
4. Métricas y KPI's
5. Proceso de diseño UX
6. Tendencias en UX

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

1. Orientaciones de diseño web y dispositivos
2. Fundamentos de diseño centrado en el usuario

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FORMAS DE ENFOCAR LA USABILIDAD

1. Complejidad transdisciplinar
2. Pirámide de prioridades de la usabilidad
3. Proceso general
4. El ciclo diseño-investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTERFAZ DE USUARIO -UI

1. Elementos de la interfaz
2. Diseño basado en las percepciones
3. Fundamentos del diseño de interacción
4. Moodboards
5. Qué es el IxD

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLEMENTACIÓN Y OPTIMIZACIÓN

1. Implementar desde el punto de vista de la usabilidad
2. Conseguir resultados reales
3. Optimización web desde la usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EQUIPOS DE USABILIDAD

1. ¿Qué son?
2. Trabajo multidisciplinar y multitarea
3. Métodos de trabajo del equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ROLES

1. Diversidad de roles y funciones
2. UX Researcher
3. UX Writer
4. UI/UX Prototyping Developer
5. Web Developer
6. Interaction Designer
7. Visual Designer
8. Motion Designer

+ Información Gratis