

Equipo Académico

El equipo actual de docentes cuenta con más de 25 profesionales que lideran en sus organizaciones los temas que imparten en el máster, por lo que podrás tener una visión muy sólida y real de cómo llevar los conocimientos desde el mundo académico al contexto empresarial. Algunos profesores que forman parte del programa son:

- Jesús García de Madariaga. Catedrático de Marketing. UCM. Director
- Elisa López. Head of Employee Experience Solutions. IZO. Co-directora
- Ingrit Moya. Profesora e Investigadora. Universidad de La Rioja.
- Sandra Sanson. Experience Product Manager. IZO.
- Álvaro Marín. Head of Behavioral Science. The Cocktail Analysis.
- Silvia Marín. Design Manager. BBVA
- José Serrano. CEO. IZO España.
- Paul Mato. CEO. Ikigai Design
- Nacho Torre. Director de Estrategia, Transformación y Datos. Ibercaja
- Ángel Ortíz. Account Executive. Salesforce
- Juan Gasca. Chief Innovation Officer. Thinkers Co.

MÁSTER FORMACIÓN PERMANENTE EN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

- **Créditos:** 60.
- **Modalidad:** Semipresencial.
- **Duración:** Noviembre - Julio.

Escuela de Gobierno
Campus de Somosaguas



+INFO



MÁSTER FORMACIÓN PERMANENTE EN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT



Objetivos

En un mercado tan saturado como el actual, brindar experiencias excepcionales a los clientes es un factor crucial para el éxito de cualquier compañía.

A lo largo de este *learning journey* los alumnos aprenderán todas las herramientas y conocimientos necesarios para comprender a fondo las experiencias que viven los clientes con una compañía o una marca, conocer realmente sus necesidades y expectativas, y a partir de esto, diseñar e implementar estrategias de creación de valor, en las que los clientes sean el verdadero centro de la organización.

Perfil del Alumno

Este Máster está orientado a profesionales de áreas como desarrollo de negocio, servicio al cliente, marketing, ventas, gestión de personas, experiencia de usuario o transformación digital, interesados en aprender a diseñar y/o mejorar la experiencia de los clientes para mejorar las cifras del negocio.

Así mismo, se orienta a personas interesadas en comprender a fondo la experiencia que los clientes viven a lo largo de su relación con una compañía y aquellos que quieran aprender a diseñar e implementar estrategias de creación de valor para lograr que el cliente esté en el centro de las estrategias de sus organizaciones.

Metodología

El Máster en Customer Experience Management se ha concebido bajo la metodología *learning by doing*, por lo que una vez adquiridos los conceptos teóricos, éstos se pondrán en práctica de dos formas:

- En diferentes workshops en los que se aplicaran metodologías innovadoras y orientadas a la vida profesional, como el Design-Thinking, Human & Life Centered Design y metodologías ágiles (Lean, Scrum, entre otras), que resultarán clave para la creación de experiencias memorables tanto en el contexto offline como en el digital (User Experience o UX).
- En el desarrollo de un Trabajo Final de Máster (TFM) en el cual los alumnos desarrollarán un proyecto de consultoría en Customer Experience (CX), en el que aplicarán todos los conocimientos adquiridos a lo largo del programa. Para la realización de este trabajo los alumnos contarán con mentorías online en las que profesores expertos en CX orientarán su trabajo de principio a fin.

Programa

Módulo 1. **DESCUBRIR.**

Fundamentos de la Experiencia del Cliente.

Módulo 2. **ESCUCHAR.**

Investigación y Diagnóstico de la Experiencia del cliente.

Módulo 3. **DISEÑAR.**

Innovación y Creación de experiencias memorables.

Módulo 4. **MEDIR.**

Indicadores y métricas de Experiencia de Cliente.

Módulo 5. **TRANSFORMAR.**

Implantación de mejoras en la Experiencia del cliente.

Módulo 6. **IMPLICAR.**

Employee Experience, la experiencia del cliente interno.

