

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Ingeniería en Sistemas Industriales		
Rama de Conocimiento:	Ingeniería y Arquitectura		
Facultad/Escuela:	Escuela Politécnica Superior		
Asignatura:	Experiencia de Cliente		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	3
Curso:	4	Código:	5772
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Materia:	Herramientas Avanzadas de Diseño		
Módulo:	Tecnología Específica		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Federico Prieto Muñoz Guiseppe Emanuele Adamo	federico.prieto@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En los escenarios actuales la orientación al cliente, tanto para las empresas como para las instituciones, es indispensable para asegurarse ventajas competitivas de largo plazo. Es necesario profundizar y utilizar una serie de herramientas (y métricas) a niveles estratégico y metodológico para la definición, el análisis y la implementación de la Experiencia de cliente (CX) en los ámbitos off y on line.

A través de procesos iterativos de investigación, se analizan y categorizan los clientes y sus experiencias con el fin de conocer y profundizar sus hábitos, actitudes y comportamientos. El conocimiento adquirido es fundamental para el desarrollo de nuevos productos, para la gestión de la experiencia de los usuarios (UX) y para orientar la gestión de la empresa en la óptica de customer centric management.

La asignatura de "Experiencia del Cliente", proporciona el conocimiento básico y necesario para el ingeniero en términos de Customer insights (CI), Customer Experience (CE) y UX. También proporciona una overview de la importancia de los datos generados por los clientes y de su gestión (big data management).

OBJETIVO

Los objetivos de la asignatura son los siguientes:

- Definir el concepto de la Experiencia del cliente
- Describir los drivers y los output de la Experiencia del cliente
- Distinguir las diferencias entre CE y UX.
- Categorizar la experiencia del cliente según los datos generados
- Crear y utilizar métricas
- Customer Centric orientation
- Gestión de voz del Cliente
- Canales tradicionales
- Red sociales
- Big data

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Conocimientos básicos Marketing.

CONTENIDOS

Parte 1: Experiencia del cliente

- Escuchar, conocer e investigar
- User personas y Mapa de Empatía
- Información cualitativas vs cuantitativa
- el cliente digital
- Taller práctico: ¿Quién es tu cliente?

Parte 2: Métricas para la experiencia del cliente

- CX vs UX
- Elaboración de un cuestionario
- CI
- Taller práctico: suRvey simulation

Parte 3: El Customer Journey Mapping

- Definición
- Construcción del Customer Journey
- Taller práctico: construyendo el CJ

Parte 4: La gestión de los canales

- Canales off line vs on line
- Trade marketing
- Taller práctico: midiendo la performance del canal

Parte 5: Data driven en la experiencia del cliente

- Identificar y categorizar datos

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Para el desarrollo de la asignatura se han combinado actividades donde se desarrollan aspectos teóricos con otras orientadas a la aplicación. Las actividades presenciales previstas en la asignatura son, fundamentalmente, las sesiones teórico-prácticas, las clases prácticas y las sesiones de laboratorio.

- Sesiones teórico-prácticas: en ellas se expondrán, con la ayuda de materiales audiovisuales, los conceptos clave de la asignatura. Estas clases se desarrollarán en un ambiente dinámico, centrado en la interacción profesor-alumno y alumno-alumno.

- Clases prácticas: pretenden el refuerzo, manipulación y dominio de los conceptos teóricos. Predominará la metodología del aprendizaje basado en problemas, casos prácticos y proyectos. Se favorecerá un entorno colaborativo y constructivo de aprendizaje mediante la interacción alumno-alumno como eje de la resolución de los problemas propuestos.

- Laboratorios: las sesiones de laboratorio están encaminadas al desarrollo de habilidades prácticas, relacionadas con el conocimiento adquirido en las sesiones teórico-prácticas.

El trabajo presencial se completará con una importante carga de trabajo autónomo no presencial por parte del alumno, destinada fundamentalmente a:

- Estudio individual: orientado a la fijación de los conceptos abordados en las sesiones teórico-prácticas, así como en los métodos de aplicación que de los mismos se realiza en las clases prácticas y laboratorios.

- Trabajo individual: consistente en la preparación de prácticas y ejercicios de laboratorio.

- Trabajo en grupo: derivado de las sesiones de laboratorio y de los proyectos grupales.

Todo el estudio y trabajo realizado por el alumno será supervisado y guiado por el profesor, tanto en las clases y actividades presenciales, como en tutorías, sean éstas individuales o en grupo.

Finalmente, con el fin de facilitar al alumno el acceso a los materiales y la planificación de su trabajo, al igual que la comunicación con el profesor y el resto de alumnos, se empleará el Aula Virtual, que es una plataforma de aprendizaje on-line que ofrece diferentes recursos electrónicos para el aprendizaje.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas
Lección expositiva 15h Presentación y defensa de trabajos 3h Clase práctica y laboratorios 10h Evaluación 2h	Estudio y trabajo individual 30h Trabajo en grupo 15h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto

avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Conocimiento en materias básicas y tecnológicas, que les capacite para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, y les dote de versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones

Capacidad de resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas en el campo de la Ingeniería Industrial

Conocimientos para la realización de mediciones, cálculos, valoraciones, tasaciones, peritaciones, estudios, informes, planes de labores y otros trabajos análogos

Capacidad de analizar y valorar el impacto social y medioambiental de las soluciones técnicas

Competencias específicas

Conocimientos y capacidades para elaborar un plan para la gestión de la experiencia de cliente.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analizar y gestionar los diferentes elementos relacionados con la experiencia del cliente desde el punto de vista de la investigación y gestión de los datos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CONVOCATORIA ORDINARIA

- Participación activa (PA):
 - o Puntuación asignada: 1/10
 - o Tipología: individual
- Actividades teórico-prácticos (TP)
 - o Puntuación asignada: 4/10
 - o Tipología: individual y grupal
 - o Puntuación mínima para poder aprobar la asignatura: 2/4
- Pruebas de conocimiento parcial (PCP) teórico:
 - o Puntuación asignada: 5/10
 - o Tipología: individual
 - o Puntuación mínima media de las PCP para poder aprobar la asignatura: 5/10, siendo además indispensable obtener al menos 4/10 en todas las PCP que se realicen.

En caso de no obtener la puntuación mínima media de 5/10 entre todas las PCP, deberá repetir aquellas en las

que haya obtenido menos de 5/10, en la prueba de conocimiento global.

- Prueba de conocimiento global (PCG) teórico-práctico:

Si la media de las PCP no es igual o superior a 5/10, las PCP en las que se haya obtenido menos de 4/10 deberán repetirse en la PCG. Esta prueba se dividirá en tantas partes como PCP haya tenido la asignatura, y el alumno se presentará:

o Obligatoriamente a aquellas PCP en las que no haya obtenido al menos 5/10.

o Voluntariamente a aquellas PCP en los que habiendo más de 5/10, desee mejorar la calificación de esa parte de la asignatura. Se contará la mejor calificación entre la PCP realizada durante el curso y la de la PCG.

La asignatura quedará aprobada en convocatoria ordinaria cuando la suma de todas las puntuaciones asignadas a cada bloque sea igual o superior a 5 puntos. Además, será necesario obtener las puntuaciones mínimas exigidas.

Aquellos alumnos que estén exentos de la obligación de asistir a clase (dispensa académica), bien por segunda matrícula en la asignatura o sucesivas, bien por contar con autorización expresa de la Dirección del Grado, serán evaluados por el mismo tipo de pruebas (PCP y PCG). El porcentaje de PA/TP se distribuirá sobre las correspondientes PCP de la asignatura. La parte correspondiente a PL será considerada la de la matrícula anterior, siempre y cuando su calificación sea igual o superior a 5/10.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En la convocatoria extraordinaria, el alumno deberá presentarse a aquellas partes de la asignatura en las que no haya obtenido la puntuación mínima exigida (excepto la parte PA que no es recuperable).

La asignatura quedará aprobada en convocatoria extraordinaria cuando la suma de todas las puntuaciones asignadas a cada bloque sea igual o superior a 5 puntos. Además, será necesario obtener las puntuaciones mínimas exigidas.

En la convocatoria extraordinaria, los 5 puntos correspondientes a las PCP se podrán obtener en una única prueba global.

NOTA IMPORTANTE: En caso de un eventual estado de confinamiento, derivado de la pandemia del Covid-19, los porcentajes de evaluación se mantienen, y la evaluación se realizará de forma remota, con las herramientas que facilite la Universidad para ello.

Cualquier tipo de fraude o plagio por parte del alumno en una actividad evaluable, será sancionado según se recoge en la Normativa de Convivencia de la UFV. A estos efectos, se considerará "plagio" cualquier intento de defraudar el sistema de evaluación, como copia en ejercicios, exámenes, prácticas, trabajos o cualquier otro tipo de entrega, bien de otro compañero, bien de materiales o dispositivos no autorizados, con el fin de hacer creer al profesor que son propios.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Quantifying the user experience. Practical Statistics for user research. Autores: Jeff Sauro and James R. Lewis. Editorial: Elsevier Inc. ISBN 978-0-12-384968-7

Customer Experience guía práctica: Todo lo que necesitas saber para diseñar y medir tus Experiencias Cliente. Autor: Luz Hernández Hernández. EDITORIAL KOLIMA. ISBN: 978-84-18263-60-6

Customer Experience Management, Autores: Nihat Tavsan, Ph.D., Can Erdem, Ph.D.; editorial: Tasora Books ISBN: 9781934690956

Customer-Centric Cost Reduction. Autores: Maurice Fitzgerald B.E., Editorial: Customer Strategy. ISBN 978-2970117254