

Dra. Daniela Quiñones

Doctora en Ingeniería Informática, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Docente e investigadora de la Escuela de Ingeniería Informática PUCV, en el área Interacción Persona-Computador, específicamente en Customer eXperience (CX) y User eXperience (UX).

Dra. Sandra Cano

Doctora en Ciencias de la Electrónica, Universidad del Cauca, Colombia. Docente e Investigadora de la Escuela de Ingeniería Informática PUCV, en el área Interacción Persona-Computador, específicamente User eXperience (UX) y Child-Computer Interaction en niños con necesidades especiales.

Charlas invitadas:

Se contará con relatores invitados para temas específicos.

Metodología:

Modalidad online. Clases expositivas, casos de estudio, actividades prácticas.

Duración:

75 horas

Horario de clases:

Las clases se dictan en una o dos sesiones semanales de 3hrs. c/u., los días lunes y miércoles, de 19:00 a 22:15 horas.

Evaluación:

Las habilidades adquiridas por los participantes se evaluarán con calificación conceptual dentro de las actividades prácticas/aplicativas.

Asistencia:

Se exige un mínimo de asistencia de 75% respecto de las 75 horas programadas.

Incluye:

Certificado otorgado por la PUCV y material de apoyo.

Arancel:

\$1.500.000 general, \$1.425.000 para ex - alumnos y funcionarios PUCV. Se aplica descuento del 10% por pagos al contado. Los descuentos son acumulativos.

Formas de pago:

Transferencia electrónica, tarjetas de débito/crédito.

Inscripciones y contacto:

Email: cristian.rusu@pucv.cl, sandra.cano@pucv.cl

Director: Dr. Cristian Rusu

Para postular se deben enviar por email en forma digital el CV, el certificado de nacimiento y el certificado de título y/o grado. El programa requiere un número mínimo de matriculados para dictarse.



Diplomado en Experiencia del Consumidor

ESCUELA DE
INGENIERÍA INFORMÁTICA



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO

Diplomado en Experiencia del Consumidor

Objetivos

- Comprender los conceptos de Interacción Persona-Computador, Ciencia de los Servicios, Experiencia del Usuario, Experiencia del Consumidor y la relación entre estos.
- Identificar las necesidades de los consumidores.
- Especificar el viaje del consumidor.
- Evaluar la experiencia del consumidor.
- Aplicar técnicas de diseño de la experiencia del consumidor.
- Identificar la relación entre la experiencia del consumidor y el éxito de la empresa.
- Identificar los factores psicológicos que influyen en la experiencia del consumidor.
- Identificar los aspectos legales y éticos que influyen en la experiencia del consumidor.

Dirigido a

- Profesionales de cualquier especialidad que requieren desarrollar habilidades de diseño y evaluación de la Experiencia del Consumidor.
- Diseñadores de Experiencia del Consumidor y asesores en Experiencia del Consumidor, Experiencia del Usuario, Servicios.
- Participantes en procesos específicos del área Experiencia del Consumidor, en entidades públicas o privadas.

Contenidos

Módulo 1: Introducción

- La Interacción Persona-Computador (Human-Computer Interaction, HCI)
- La Ciencia de los Servicios (Service Science)
- La Experiencia del Usuario (User eXperience, UX)
- La Experiencia del Consumidor (Customer eXperience, CX)

Módulo 2: Consumidores y necesidades

- Consumidores y productos, sistemas, servicios
- Necesidades de los consumidores
- Perfiles de consumidores y necesidades asociadas

Módulo 3: El viaje del consumidor

- La interacción consumidor - empresa a través de productos/sistemas/servicios
- Puntos de contacto ("touch-points") consumidor - empresa
- El viaje del consumidor
- La experiencia holística del consumidor
- El consumidor post COVID-19

Módulo 4: El diseño y la evaluación de la experiencia del consumidor

- Identificación de puntos de contacto consumidor - empresa
- La evaluación de la experiencia del consumidor
- El diseño de la experiencia del consumidor
- Productos, sistemas, servicios accesibles

Módulo 5: La experiencia del consumidor y el marketing

- Calidad de servicios
- Marketing de servicios
- Gestión de experiencias y servicios

Módulo 6: Psicología aplicada a la experiencia del consumidor

- Psicología del consumidor
- Motivación y emociones
- Psicometría aplicada

Módulo 7: Aspectos legales y éticos en la experiencia del consumidor

- Derechos del consumidor
- Aspectos contractuales
- Aspectos éticos

Relatores

Dr. Cristian Rusu

Doctor en Ciencias de la Ingeniería (Ingeniería Eléctrica/Informática Aplicada), Technical University of Cluj - Napoca, Rumania. Docente e investigador de la Escuela de Ingeniería Informática PUCV, en el área Interacción Persona-Computador, específicamente en Customer eXperience (CX) y User eXperience (UX).

