

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Internacional de La Rioja		Facultad de Economía y Empresa	26003829
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Innovación en la Experiencia del Cliente	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Innovación en la Experiencia del Cliente por la Universidad Internacional de La Rioja			
NIVEL MECES			
3			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CAMPO DE ESTUDIO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas		Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	No
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Virginia Montiel Martín		Responsable de programas ANECA	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Juan Pablo Guzmán Palomino		Secretario General	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Eva Asensio del Arco		Decana de la Facultad	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Avenida de la Paz, 137	26006	Logroño	676614276
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
virginia.montiel@unir.net	La Rioja		
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: La Rioja, AM 28 de diciembre de 2025	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, CAMPO DE ESTUDIO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Innovación en la Experiencia del Cliente por la Universidad Internacional de La Rioja	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
CAMPO DE ESTUDIO				
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
Universidad Internacional de La Rioja		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
077	Universidad Internacional de La Rioja	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	42	12

1.4-1.9 Universidad Internacional de La Rioja

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
26003829	Facultad de Economía y Empresa	Si	Si

1.4-1.9.2 Facultad de Economía y Empresa

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
No	No	Si
PLAZAS POR MODALIDAD		
		450
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	



450	450	
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

1.10 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN

Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

OBJETIVOS FORMATIVOS

1.11. Principales objetivos formativos de la titulación

El Máster Universitario en Innovación en la Experiencia del Cliente tiene **una orientación profesional** y su **objetivo principal** es ofrecer una formación especializada acerca de cómo las empresas pueden innovar y evolucionar su propuesta de valor en sus productos y servicios y diferenciarse de su competencia a partir del análisis de las necesidades del comportamiento de sus consumidores.

Este título busca formar a profesionales con una visión estratégica y empresarial para que sean capaces de impulsar la cultura de la innovación dentro de la organización y guíen la evolución de su organización hacia una filosofía *customer centric*; filosofía basada en colocar al cliente en el centro de todas las acciones que se llevan a cabo en una compañía con el objetivo de definir experiencias innovadoras para ofrecer nuevos productos y servicios que fidelicen a los clientes.

El Máster Universitario en Innovación en la Experiencia del Cliente combina una formación fundamentada en cuatro ejes: visión estratégica/negocio, gestión/liderazgo, tecnología/métricas y creatividad/diseño para que los estudiantes sean capaces de trabajar en cualquier entorno empresarial innovador.

Además, el título tiene como objetivo formativo formar y sensibilizar al estudiantado en la prevención de la violencia contra las mujeres, promoviendo la igualdad y el respeto a la diversidad, en coherencia con la legislación vigente.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

https://static.unir.net/calidad/1.14_Perfil_Fundamental_Egreso_MU_Innv_Exp_Cliente.pdf

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. TIPO: Habilidades o destrezas



CE1 - Ser capaz de definir estrategias de captación y retención de clientes teniendo en cuenta las características de la economía de la experiencia. TIPO: Competencias
CE10 - Ser capaz de diferenciar las herramientas y usos de la antropología empresarial como disciplina clave para analizar e investigar el consumidor. TIPO: Competencias
CE12 - Ser capaz de aplicar las herramientas y métodos relacionadas con la experiencia de cliente, como la experiencia de usuario (User experience), el diseño de servicios (Service design) y el pensamiento de diseño (Design thinking) para el diseño de experiencias innovadoras para el cliente. TIPO: Habilidades o destrezas
CE13 - Ser capaz de combinar técnicas de creatividad (tipo pensamiento convergente y divergente) y priorización de ideas (como matrices de priorización) para crear una nueva experiencia de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas
CE15 - Ser capaz de realizar el prototipado de posibles soluciones centradas en las necesidades del cliente que incluyan los principales componentes necesarios para la gestión de la innovación (como diagnóstico, estrategia, resultados, etc.). TIPO: Competencias
CE2 - Ser capaz de evaluar el uso de las tecnologías empleadas para la experiencia de cliente para su integración en el diseño de estudios de investigación de cliente. TIPO: Competencias
CE3 - Ser capaz de analizar las tendencias de los consumidores con el fin de anticipar sus futuras necesidades para la creación de nuevos productos y servicios. TIPO: Competencias
CE4 - Ser capaz de definir los factores clave de la propuesta de valor de un producto o servicio para generar diferenciación respecto a los competidores. TIPO: Competencias
CE5 - Ser capaz de interpretar el impacto de la experiencia de cliente en los resultados económicos de la empresa. TIPO: Conocimientos o contenidos
CE6 - Ser capaz de identificar y analizar las características de una empresa centrada en el cliente (customer centric) para planear la estrategia de implantación de la cultura de la innovación y la experiencia de cliente en la empresa. TIPO: Competencias
CE7 - Ser capaz de interpretar y valorar las peculiaridades de los diversos entornos de trabajo en el diseño y adaptación de estrategias de trabajo ágiles y colaborativas que pivoten alrededor de la exploración de las necesidades del cliente. TIPO: Competencias
CE8 - Ser capaz de comparar técnicas avanzadas de análisis de los datos del comportamiento del cliente (como la analítica predictiva y el análisis de textos (text analytics)) en relación a las variables que aportan para la toma de decisiones estratégicas. TIPO: Habilidades o destrezas
CE9 - Ser capaz de diseñar procesos que mejoren la gestión de la experiencia de los clientes mediante el uso de la información derivada de los indicadores de satisfacción del cliente y de la segmentación del consumidor según sus interacciones con los productos y servicios y su contexto socio-económico. TIPO: Habilidades o destrezas
CG1 - Justificar la relevancia en la estrategia empresarial de la cultura de la innovación y la estrategia de cliente incorporando al cliente como centro de todas las reflexiones (customer centricity). TIPO: Competencias
CG2 - Incorporar herramientas de innovación aplicadas a la medición de las experiencias de cliente que permitan la segmentación los consumidores y predecir su comportamiento. TIPO: Habilidades o destrezas
CG3 - Integrar los recursos destinados a la creación y mejora de experiencias de cliente innovadoras para garantizar un crecimiento sostenible de la empresa. TIPO: Competencias
CG4 - Analizar y comparar las métricas de interacción que los consumidores tienen con productos y servicios diseñados en base a experiencias de cliente innovadoras. TIPO: Competencias
CG5 - Adaptar métodos creativos de diseño estratégico y de antropología empresarial para diseñar nuevos productos y servicios. TIPO: Competencias
CG6 - Desarrollar e implantar procesos de innovación enfocados a diseñar nuevas experiencias de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas
CT3 - Identificar y analizar críticamente las formas de violencia sexual teniendo en cuenta la perspectiva de género y la discriminación por razón de género, orientación o identidad. TIPO: Habilidades o destrezas
CT4 - Analizar estrategias de prevención, detección y sensibilización en materia de violencias sexuales, igualdad de género y respeto a la diversidad aplicables a contextos profesionales relacionados con la titulación. TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD



3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

3.1. Requisitos de acceso y procedimiento de admisión de estudiantes

Requisitos de acceso y criterios de admisión

El órgano encargado de la gestión del proceso de admisión es el Departamento de Admisiones en su vertiente Nacional e Internacional.

La admisión definitiva en el título es competencia de la Comisión de Admisiones del mismo, que está compuesta por, al menos:

- Responsable del título (que puede delegar en un profesor del título).
- Responsable de Acceso y Verificaciones.

De acuerdo con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, para el acceso a las enseñanzas oficiales de máster se requiere:

1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.
2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.

Requisitos de acceso específicos de este título

Además de ello, y de forma más concreta, se requiere que los estudiantes que accedan al máster cumplan alguno de los siguientes requisitos:

ACCESO DIRECTO SIN COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN

1. Estén en posesión de alguno de los títulos considerados como afines al título propuesto, es decir, sean titulados universitarios en **Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Diseño, Comunicación, Economía, Ciencias Empresariales** o titulaciones que, puedan ser consideradas equivalentes por la comisión de admisiones; en estos casos el estudiante deberá entregar información que demuestre que se han cursado y superado las materias que permiten adquirir un perfil competencial similar al de las titulaciones mencionadas. La Comisión de Admisiones determinará si el título aportado cumple este requisito.
2. Cumpliendo los requisitos de acceso que indica la legislación, acrediten experiencia profesional demostrable, con **no menos de dos años de experiencia con dedicación completa, o tiempo equivalente en el caso:**
 - Desarrollo e implantación de un departamento o un proceso de innovación de experiencia dentro de una empresa o institución.
 - Diseño de una estrategia de experiencia de cliente: definir estrategias de captación y retención de clientes.
 - Uso de tecnologías innovadoras para conseguir métricas sobre la experiencia de cliente.
 - Planificación y gestión de los recursos destinados a la mejora de la experiencia de cliente.
 - Análisis de tendencias para definir futuros productos y servicios que mejoren la experiencia de cliente.

Se solicitará certificado de empresa/institución que acredite la experiencia profesional descrita.

ACCESO CON COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN

1. Adicionalmente, junto con las personas procedentes de la titulación universitaria afín al área o que cuenten con experiencia profesional afín al título podrán acceder al máster **otros interesados de las áreas de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura**, cumpliendo los requisitos de acceso indicados por la legislación, que cursen previamente los **complementos de formación** incluidos en el presente apartado.

3.1.1. Acceso con complementos de formación

Con el objetivo de nivelar la formación de los estudiantes del máster, para aquellos que no puedan acreditar poseer conocimientos necesarios previos para un normal seguimiento del plan de estudios, es decir, aquellos estudiantes que provengan **de las áreas de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura** y no cumplan los requisitos indicados para el acceso directo al máster, los complementos de formación son los siguientes:

1. Investigación de Mercados (6 ECTS)
2. Análisis de Datos Univariantes, Bivariantes y Series Temporales (6 ECTS)

Las personas interesadas deberán completar para el acceso al máster varios de los complementos de formación indicados (según los conocimientos que no puedan acreditar que poseen):

- **Área de Ingeniería y Arquitectura:** cursarían el complemento 1
- **Área de Ciencias Sociales y Jurídicas:**
 - **Turismo:** cursarían el complemento 2
 - **Resto de titulaciones del área:** cursarían los complementos 1 y 2

A continuación, se describe con detalle este complemento formativo (resultados de aprendizaje, contenidos, actividades formativas y sistemas de evaluación). La impartición de este complemento de formación se realizará antes del comienzo del título.

Satisfechos los con los requisitos recogidos en las vías de acceso exceda al número de plazas ofertadas, en la resolución de las solicitudes de admisión se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración:

- Nota media del expediente en la titulación que otorga el acceso al máster (100 %).

En caso de empate en puntuaciones, se elegirá al que tenga mayor número de matrículas de honor y, en su caso, sobresalientes y así sucesivamente.



Complementos formativos

Complemento de Formación 1: Investigación de Mercados

Créditos ECTS: 6

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura, el estudiante será capaz de:

- Conocer las principales técnicas de investigación de mercados empleadas para la toma de decisiones.

CONTENIDOS

Los principales contenidos de "Investigación de Mercados" son: El proceso de investigación en marketing. Herramientas y técnicas de recogida de datos cuantitativos utilizadas en investigación comercial (elaboración de cuestionarios, métodos de muestreo, tipos de encuesta, panel, ómnibus, tracking, etc.). Aplicación del análisis estadístico en el ámbito de la investigación de mercados (tablas de frecuencia, tablas de contingencia y test de chi-cuadrado, comparación de medias, regresión simple y múltiple) utilizando un *software* estadístico tipo SPSS.

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% PRESENCIAL
Sesiones virtuales síncronas	10	100%
Recursos didácticos audiovisuales	6	0
Estudio del material básico	42	0
Lectura del material complementario	38	0
Trabajos, casos prácticos	32	0
Test de evaluación	6	0
Tutorías	16	0
Total	150 horas	-

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍN.	PONDERACIÓN MÁX.
Participación del estudiante	1 %	20 %
Trabajos, proyectos y/o casos	50 80 %	70 99 %
Test de evaluación	40 %	30 %

Complemento de Formación 2: Análisis de Datos Univariantes, Bivariantes y Series Temporales

Créditos ECTS: 6

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar este complemento, el estudiante deberá ser capaz de:

- Realizar análisis univariante.
- Realizar análisis de datos y representaciones bivariantes.
- Analizar series temporales.
- Calcular números índices y deflactar series temporales.
- Hacer cálculos de probabilidades.
- Calcular funciones de probabilidad.
- Hacer cálculos de inferencia estadística.

CONTENIDOS

Los contenidos que se desarrollan durante este complemento de formación tienen como objetivo proporcionar al alumno conocimientos sobre el análisis de datos univariantes, bivariantes y series temporales. En concreto, se tratarán los siguientes aspectos:

- Análisis de datos univariantes: medidas descriptivas de datos, medidas de centralización, medidas de dispersión, medidas de forma o de posición.
- Análisis de datos bivariantes: tablas de contingencia, representaciones gráficas.
- Series temporales y números índice
- Probabilidad
- Variables aleatorias y modelos probabilísticos: modelos probabilísticos discretos o continuos.
- Introducción a la inferencia estadística: Distribución en el muestreo de la media muestral y varianza muestral.

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% PRESENCIAL
Sesiones virtuales síncronas	10	100%



Recursos didácticos audiovisuales	6	0
Estudio del material básico	42	0
Lectura del material complementario	38	0
Trabajos, casos prácticos	32	0
Test de evaluación	6	0
Tutorías	16	0
Total	150 horas	-

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍN.	PONDERACIÓN MÁX.
Participación del estudiante	1 %	20 %
Trabajos, proyectos y/o casos	50 80 %	70 99 %
Test de evaluación	40 %	30 %

Normativa aplicable:

Anexo: Reglamento de acceso y admisión a estudios oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja:

Se aporta el enlace que consta en la pagina web de la Universidad:

https://static.unir.net/documentos/reglamento_acceso_admision_e_o_unir.pdf

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10.000 palabras.

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos cursados en centros de formación profesional de grado superior

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 3: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

DESCRIPCIÓN

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

De acuerdo con lo establecido en el art. 10.4 del RD 822/2021, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos propios o de formación permanente. No obstante, se fijan, de acuerdo con la Normativa de UNIR de reconocimiento y transferencia de créditos, los siguientes límites y criterios para poder proceder a este reconocimiento:

- El máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento, tanto por experiencia profesional o laboral previa, como por haber superado estas enseñanzas universitarias no oficiales, no podrá ser superior, en su conjunto, a 9 créditos, correspondientes, según el artículo 10.5 del RD 822/2021, al 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios.
- El reconocimiento no incorporará calificación ni computará a efectos de baremación de expediente.
- Solo se admitirán aquellos estudios propios o de formación permanente en los que se garantice una adecuada evaluación del proceso formativo. A tal fin, en ningún caso, la simple asistencia podrá ser medio suficiente para acreditar la adquisición de competencia alguna. Tampoco serán aceptadas las acreditaciones o certificaciones expedidas por Departamentos o unidades universitarias que no tengan claras competencias en materia de títulos no oficiales.
- De no estar específicamente delimitado el perfil competencial del estudio universitario no oficial de origen, solo será posible el reconocimiento en caso de que exista una inequívoca equivalencia entre los conocimientos y competencias adquiridas con alguna o algunas materias concretas del título de destino.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional



1) Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento.

La normativa vigente fija el límite máximo de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral en el 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En el caso de un máster de 60 ECTS, esto equivale a 9 ECTS.

En base a lo anterior y teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el estudiante debe proporcionar los mismos resultados del proceso de formación y aprendizaje que se adquieren con las asignaturas reconocidas, podrán ser objeto de reconocimiento por experiencia profesional y laboral, entre otras, las siguientes:

- Prácticas Académicas Externas (6 ECTS).

El Departamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos revisará la documentación aportada en cada caso, para verificar que se cumplen los requisitos descritos en el apartado anterior. Asimismo, teniendo en cuenta la diversidad de experiencias profesionales que los estudiantes pueden aportar, se podrán realizar otros reconocimientos siempre que, siguiendo las directrices del Real Decreto 822/2021, dicha experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del título universitario oficial.

2) Definición del tipo de experiencia profesional que podrá ser reconocida y 3) Justificación de dicho reconocimiento en términos de resultados del proceso de formación y aprendizaje ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.

La experiencia profesional o laboral acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con los resultados del proceso de formación y aprendizaje inherentes a dicho título.

La documentación aportada incluirá, en su caso, contrato laboral con alta en la Seguridad Social acreditado mediante certificado de vida laboral; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con los resultados del proceso de formación y aprendizaje inherentes al título.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de las asignaturas mencionadas será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Resultados de Aprendizaje Específicos	Justificación
Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas (6 ECTS)	CE2, CE3, CE4, CE6	<p><u>Tipo de entidad:</u> Empresas públicas, privadas, del tercer sector. <u>Duración:</u> periodo mínimo de 360 horas. <u>Tareas desempeñadas:</u> Tareas correspondientes a los puestos de Director de Innovación, Consultor de innovación, <i>Customer Experience Manager</i>, <i>Customer experience director</i>, <i>Customer Success Director</i>, entre otras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participación activa en tareas de puesta en marcha de procesos de innovación de experiencia de cliente en la empresa. • Planificación de los recursos destinados a proyectos de mejora de experiencia de cliente.

Normativa aplicable:

Anexo: Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de UNIR:

Se aporta el enlace que consta en la pagina web de la universidad

<https://static.unir.net/documentos/normativa-RTC.pdf>

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10.000 palabras.

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA



Información indicada en el apartado de Anexos de la presente memoria; en concreto, en el Anexo I.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS		
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 4: Anexo 1.		
4.1 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: MATERIA 1: Innovación y Experiencia de Cliente en el Contexto Actual		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
12		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Innovación y Experiencia de Cliente en el Contexto Actual		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Innovación Aplicada a la Experiencia de Cliente		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CE2 - Ser capaz de evaluar el uso de las tecnologías empleadas para la experiencia de cliente para su integración en el diseño de estudios de investigación de cliente. TIPO: Competencias		
CG1 - Justificar la relevancia en la estrategia empresarial de la cultura de la innovación y la estrategia de cliente incorporando al cliente como centro de todas las reflexiones (customer centricity). TIPO: Competencias		
CG2 - Incorporar herramientas de innovación aplicadas a la medición de las experiencias de cliente que permitan la segmentación los consumidores y predecir su comportamiento. TIPO: Habilidades o destrezas		



CG6 - Desarrollar e implantar procesos de innovación enfocados a diseñar nuevas experiencias de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE1 - Ser capaz de definir estrategias de captación y retención de clientes teniendo en cuenta las características de la economía de la experiencia. TIPO: Competencias		
CE3 - Ser capaz de analizar las tendencias de los consumidores con el fin de anticipar sus futuras necesidades para la creación de nuevos productos y servicios. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: MATERIA 2: Empresa, Innovación y Gestión de la Experiencia de Cliente		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
18		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Innovación y Experiencia de Cliente como Ventajas Competitivas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Liderazgo para el Impulso de la Cultura de la Innovación y Experiencia de Cliente en la Empresa		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Tecnologías Innovadoras para la Medición de la Estrategia de Experiencia de Cliente ("Customer analytics")		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CE4 - Ser capaz de definir los factores clave de la propuesta de valor de un producto o servicio para generar diferenciación respecto a los competidores. TIPO: Competencias		
CE5 - Ser capaz de interpretar el impacto de la experiencia de cliente en los resultados económicos de la empresa. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE6 - Ser capaz de identificar y analizar las características de una empresa centrada en el cliente (customer centric) para planear la estrategia de implantación de la cultura de la innovación y la experiencia de cliente en la empresa. TIPO: Competencias		
CE7 - Ser capaz de interpretar y valorar las peculiaridades de los diversos entornos de trabajo en el diseño y adaptación de estrategias de trabajo ágiles y colaborativas que pivoten alrededor de la exploración de las necesidades del cliente. TIPO: Competencias		
CE8 - Ser capaz de comparar técnicas avanzadas de análisis de los datos del comportamiento del cliente (como la analítica predictiva y el análisis de textos (text analytics)) en relación a las variables que aportan para la toma de decisiones estratégicas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE9 - Ser capaz de diseñar procesos que mejoren la gestión de la experiencia de los clientes mediante el uso de la información derivada de los indicadores de satisfacción del cliente y de la segmentación del consumidor según sus interacciones con los productos y servicios y su contexto socio-económico. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG1 - Justificar la relevancia en la estrategia empresarial de la cultura de la innovación y la estrategia de cliente incorporando al cliente como centro de todas las reflexiones (customer centricity). TIPO: Competencias		
CG2 - Incorporar herramientas de innovación aplicadas a la medición de las experiencias de cliente que permitan la segmentación los consumidores y predecir su comportamiento. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG3 - Integrar los recursos destinados a la creación y mejora de experiencias de cliente innovadoras para garantizar un crecimiento sostenible de la empresa. TIPO: Competencias		
CG4 - Analizar y comparar las métricas de interacción que los consumidores tienen con productos y servicios diseñados en base a experiencias de cliente innovadoras. TIPO: Competencias		
CG6 - Desarrollar e implantar procesos de innovación enfocados a diseñar nuevas experiencias de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		



CT3 - Identificar y analizar críticamente las formas de violencia sexual teniendo en cuenta la perspectiva de género y la discriminación por razón de género, orientación o identidad. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT4 - Analizar estrategias de prevención, detección y sensibilización en materia de violencias sexuales, igualdad de género y respeto a la diversidad aplicables a contextos profesionales relacionados con la titulación. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE3 - Ser capaz de analizar las tendencias de los consumidores con el fin de anticipar sus futuras necesidades para la creación de nuevos productos y servicios. TIPO: Competencias		
CE15 - Ser capaz de realizar el prototipado de posibles soluciones centradas en las necesidades del cliente que incluyan los principales componentes necesarios para la gestión de la innovación (como diagnóstico, estrategia, resultados, etc.). TIPO: Competencias		
NIVEL 2: MATERIA 3: Diseño de una Estrategia de Experiencia de Cliente Innovadora		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Análisis e Investigación del Consumidor: Antropología Empresarial		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Herramientas y Métodos para la Implantación de Experiencias Innovadoras		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CG4 - Analizar y comparar las métricas de interacción que los consumidores tienen con productos y servicios diseñados en base a experiencias de cliente innovadoras. TIPO: Competencias		
CG5 - Adaptar métodos creativos de diseño estratégico y de antropología empresarial para diseñar nuevos productos y servicios. TIPO: Competencias		
CG6 - Desarrollar e implantar procesos de innovación enfocados a diseñar nuevas experiencias de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE10 - Ser capaz de diferenciar las herramientas y usos de la antropología empresarial como disciplina clave para analizar e investigar el consumidor. TIPO: Competencias		
CE12 - Ser capaz de aplicar las herramientas y métodos relacionadas con la experiencia de cliente, como la experiencia de usuario (User experience), el diseño de servicios (Service design) y el pensamiento de diseño (Design thinking) para el diseño de experiencias innovadoras para el cliente. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE13 - Ser capaz de combinar técnicas de creatividad (tipo pensamiento convergente y divergente) y priorización de ideas (como matrices de priorización) para crear una nueva experiencia de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: MATERIA 4: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CE2 - Ser capaz de evaluar el uso de las tecnologías empleadas para la experiencia de cliente para su integración en el diseño de estudios de investigación de cliente. TIPO: Competencias		
CE4 - Ser capaz de definir los factores clave de la propuesta de valor de un producto o servicio para generar diferenciación respecto a los competidores. TIPO: Competencias		
CE6 - Ser capaz de identificar y analizar las características de una empresa centrada en el cliente (customer centric) para planear la estrategia de implantación de la cultura de la innovación y la experiencia de cliente en la empresa. TIPO: Competencias		
CG1 - Justificar la relevancia en la estrategia empresarial de la cultura de la innovación y la estrategia de cliente incorporando al cliente como centro de todas las reflexiones (customer centricity). TIPO: Competencias		
CG2 - Incorporar herramientas de innovación aplicadas a la medición de las experiencias de cliente que permitan la segmentación los consumidores y predecir su comportamiento. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG3 - Integrar los recursos destinados a la creación y mejora de experiencias de cliente innovadoras para garantizar un crecimiento sostenible de la empresa. TIPO: Competencias		
CG4 - Analizar y comparar las métricas de interacción que los consumidores tienen con productos y servicios diseñados en base a experiencias de cliente innovadoras. TIPO: Competencias		
CG6 - Desarrollar e implantar procesos de innovación enfocados a diseñar nuevas experiencias de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE3 - Ser capaz de analizar las tendencias de los consumidores con el fin de anticipar sus futuras necesidades para la creación de nuevos productos y servicios. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: MATERIA 5: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CE6 - Ser capaz de identificar y analizar las características de una empresa centrada en el cliente (customer centric) para planear la estrategia de implantación de la cultura de la innovación y la experiencia de cliente en la empresa. TIPO: Competencias		
CE8 - Ser capaz de comparar técnicas avanzadas de análisis de los datos del comportamiento del cliente (como la analítica predictiva y el análisis de textos (text analytics)) en relación a las variables que aportan para la toma de decisiones estratégicas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE9 - Ser capaz de diseñar procesos que mejoren la gestión de la experiencia de los clientes mediante el uso de la información derivada de los indicadores de satisfacción del cliente y de la segmentación del consumidor según sus interacciones con los productos y servicios y su contexto socio-económico. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG1 - Justificar la relevancia en la estrategia empresarial de la cultura de la innovación y la estrategia de cliente incorporando al cliente como centro de todas las reflexiones (customer centricity). TIPO: Competencias		
CG2 - Incorporar herramientas de innovación aplicadas a la medición de las experiencias de cliente que permitan la segmentación los consumidores y predecir su comportamiento. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG3 - Integrar los recursos destinados a la creación y mejora de experiencias de cliente innovadoras para garantizar un crecimiento sostenible de la empresa. TIPO: Competencias		
CG4 - Analizar y comparar las métricas de interacción que los consumidores tienen con productos y servicios diseñados en base a experiencias de cliente innovadoras. TIPO: Competencias		
CG5 - Adaptar métodos creativos de diseño estratégico y de antropología empresarial para diseñar nuevos productos y servicios. TIPO: Competencias		
CG6 - Desarrollar e implantar procesos de innovación enfocados a diseñar nuevas experiencias de cliente. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		



CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. TIPO: Competencias

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. TIPO: Habilidades o destrezas

CE10 - Ser capaz de diferenciar las herramientas y usos de la antropología empresarial como disciplina clave para analizar e investigar el consumidor. TIPO: Competencias

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2

4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Denominación de las actividades formativas según las definiciones y datos aportados en el apartado 4.1.

Sesiones ~~presenciales~~ virtuales sincronas

Recursos didácticos audiovisuales

Estudio del material básico

Lectura del material complementario

Trabajos y casos prácticos

Test de evaluación

Tutorías

Examen final

Estancia en el Centro (presencial)

Estancia en el Centro (teletrabajo)

Redacción de la memoria de prácticas

Lectura de documentación del centro de prácticas

Tutorías (Prácticas)

Sesión inicial de presentación del Trabajo Fin de Máster

Lectura de material en el aula virtual (TFM)

Tutorías (TFM)

Sesiones grupales de Trabajo Fin de Máster

Elaboración del Trabajo Fin de Máster

Exposición del Trabajo Fin de Máster

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indican las definiciones de las actividades formativas, así como su asignación en horas y porcentaje de interacción virtual sincrónica, o porcentaje de presencialidad física en su caso, en las diferentes materias del título.

METODOLOGÍAS DOCENTES

Metodologías docentes	
MD1	Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales sincronas, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje.
MD2	Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje - servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.
MD3	Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indica la asignación de las metodologías docentes a las diferentes materias del título.

4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Denominación de los sistemas de evaluación según las definiciones y datos aportados en el apartado 4.1.
Participación del estudiante
Trabajos y/o casos
Test de evaluación
Examen final
Evaluación con base en el informe del tutor externo



Memoria de prácticas
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster
Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster
Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster
<p>Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indican las definiciones de los sistemas de evaluación, así como su asignación a las diferentes materias del título y sus ponderaciones mínimas y máximas correspondientes.</p>
4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO
Ver Apartado 5: Anexo 1.
OTROS RECURSOS HUMANOS
Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2021
Ver Apartado 7: Anexo 1.	
7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No aplica	
7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD	
ENLACE	http://www.unir.net/universidad-online/manual-calidad-procedimientos/
8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA	

8.2. Medios de información pública relevante

8.2.1. Canales de difusión de la información y su gestión

Para informar tanto al estudiantado, previamente a su matriculación y durante el proceso de formación y aprendizaje, como al profesorado, a los empleadores y a la sociedad en su conjunto se dispone de la **página web oficial de la Universidad Internacional de La Rioja** donde se aporta la información sobre las características del título (resultados de aprendizaje, temporalización del plan de estudios que incluye asignaturas, actividades formativas y sistemas de evaluación), sistemas de acceso y admisión, idioma de impartición, etc.

La Universidad dispone de sistemas para el **control periódico de la información** disponible en la página web. Por ello, se verifica periódicamente que la información disponible en la página web del título es suficientemente completa, adecuada y relevante para el estudiantado. El coordinador académico del título hace constar en el informe anual de la Unidad de Calidad de Titulación (UCT) esta revisión periódica.

Información pública relevante del plan de estudios

UNIR pone a disposición del estudiantado, el profesorado, los empleadores y la sociedad en su conjunto toda la información actualizada del plan de estudios a través de las guías docentes disponibles en la página web de la Universidad. Así, a través de la guía docente de cada una de las asignaturas que forman el plan de estudios, se puede acceder a la siguiente información:

- **Presentación:** describe el objetivo de la asignatura y cómo su contenido es relevante para el desarrollo del plan de estudios.
- **Competencias:** se enumeran y describen las competencias y/o resultados de aprendizaje desarrollados en el título.
- **Contenidos:** se detalla por temas el contenido desarrollado en la asignatura.
- **Metodología:** se describen las actividades formativas de la asignatura especificando las horas de dedicación indicadas en la memoria para cada actividad formativa, así como su presencialidad. Además, se incluye la distribución temporal prevista para la asignatura.
- **Bibliografía:** se detalla la bibliografía básica, considerada imprescindible para el estudio de la asignatura, así como, en su caso, la bibliografía complementaria, para ayudar a profundizar más en los temas de mayor interés.
- **Evaluación y calificación:** se detallan los sistemas de evaluación y sus porcentajes de evaluación, así como los requisitos específicos, en su caso, para aprobar la asignatura.
- **Profesorado:** se presentan los datos básicos del profesor encargado de impartir la asignatura.
- **Orientaciones para el estudio:** se dan orientaciones al estudiante de cómo organizar el estudio de la asignatura, así como diferentes consejos para un adecuado seguimiento de la asignatura.

8.2.2. Sistemas de información previa: información transparente y accesible

Con carácter general, por parte de UNIR se pondrá a disposición de los potenciales estudiantes toda la información necesaria para que puedan realizar la elección de su titulación con los mayores elementos de juicio posibles. **Se garantiza una información transparente y accesible sobre los requisitos de acceso específicos para el título y los procedimientos de admisión, descritos en la presente memoria**, estando disponibles a través de la página web de la Universidad para todos los grupos de interés del título.

En las condiciones de matrícula, disponibles en el apartado normativa de la página web de la universidad se alude a los requisitos tecnológicos e informáticos precisos para seguir el curso adecuadamente, dichas condiciones son conocidas y firmadas por el estudiante al matricularse de sus estudios.

En relación a las competencias y conocimientos digitales para seguir la actividad docente programada:



- Las competencias digitales que los estudiantes de UNIR precisarán tener para el manejo del campus y correcto desarrollo en la plataforma, serán conocimientos a nivel de usuario de distintos programas (esencialmente del paquete Office), así como nociones básicas sobre navegación por internet.
- El estudiante que se matricula en UNIR además cuenta con un periodo de adecuación a la metodología virtual con apoyo del personal no docente de asistencia.

Por último, desde UNIR se ofrecerá a todos los estudiantes los programas adicionales necesarios que sean específicos para cada titulación que podrán descargar fácilmente desde su campus virtual o a través de cualquier otro enlace accesible o usarse desde las máquinas virtuales habilitadas para tal fin.

8.2.3. Procedimientos de orientación para la admisión y matriculación de estudiantes de nuevo ingreso

UNIR cuenta con una oficina de Atención al Estudiante que centraliza y contesta todas las solicitudes de información (llamadas y correos electrónicos) y un Servicio Técnico de Orientación (*contact center*) que gestiona y soluciona todas las preguntas y posibles dudas de los futuros estudiantes referidas a:

- Descripción de la metodología de UNIR. Para ello, los estudiantes tendrán acceso a una demo donde se explica paso por paso.
- Niveles de dificultad y horas de estudio estimadas para poder llevar a cabo un itinerario formativo ajustado a las posibilidades reales del estudiante para poder planificar adecuadamente su matrícula.
- Descripción de los estudios.
- Convalidaciones de las antiguas titulaciones.
- Preguntas sobre el Espacio Europeo de Educación Superior.

Finalmente, el personal de gestión y administración (PGA) a través del Servicio de Admisiones proporcionará al estudiante todo el apoyo administrativo necesario para realizar de manera óptima todo el proceso de admisión y matriculación por medio de atención telefónica o por correo electrónico, con información guiada en la web para la realización de la matrícula *online*.

8.2.4. Perfil de ingreso recomendado

Las enseñanzas de los diversos títulos de UNIR se dirigen a cualquier persona que, reuniendo las condiciones de acceso, desea tener una enseñanza a distancia ofrecida en un entorno virtual.

Los motivos que suelen llevar a esa elección están relacionados con algún tipo de dificultad para cursar estudios presenciales. Entre estos destacan los de aquellas personas que ya desempeñan una ocupación laboral, que quieren iniciar o reanudar estudios universitarios.

El **perfil recomendado de ingreso** corresponde al de un estudiante que, cumpliendo los requisitos de acceso establecidos en el apartado 3.1, muestre interés por la innovación y la experiencia de cliente. Además, se recomienda que el estudiante posea unas aptitudes que le permitan integrar y relacionar sus conocimientos previos con los que desarrollará en el título:

- Capacidad de abstracción, análisis, síntesis y razonamiento lógico.
- Poseer capacidad de percepción y atención.
- Disponer de sentido práctico de la organización.

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Decana de la Facultad	Eva	Asensio	del Arco
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net			
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Secretario General	Juan Pablo	Guzmán	Palomino
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net			
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.			
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			



CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Responsable de programas ANECA	Virginia	Montiel	Martín
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net			

INFORME DEL SIGC

Informe del SIGC: Ver Apartado del SIGC: Anexo 1.



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1.10_completo_alegaciones_MU_IeEC.pdf

HASH SHA1 :E601ADB38C2F844AD56357746493B8B24750878A

Código CSV :987057376763465056259538

Ver Fichero: 1.10_completo_alegaciones_MU_IeEC.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1 Planificación de las enseñanzas.pdf

HASH SHA1 :6E5F3598FD1E1BD5E693178C2A6A7039F6E077C3

Código CSV :987109577004546039132459

Ver Fichero: 4.1 Planificación de las enseñanzas.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1 Personal académico_compromiso.pdf

HASH SHA1 :F53E3178B4E8D65F1DF8AF496A9C0D45A3A653C9

Código CSV :987062138618672255174413

Ver Fichero: 5.1 Personal académico_compromiso.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :5.2 Otros RRHH.pdf

HASH SHA1 :75C5F098C4F29848FD48AA407641E487F56D9C36

Código CSV :954586488161429347816841

Ver Fichero: 5.2 Otros RRHH.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6. Recursos materiales (1).pdf

HASH SHA1 :5CA49C07F584DC491C6EE66BF2A8180E242DAD2A

Código CSV :987113376579893824202363

Ver Fichero: 6. Recursos materiales (1).pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7. Calendario de implantación.pdf

HASH SHA1 :5A89F29CEE5FC8753364A93EF669D4BAE34E68C0

Código CSV :954586547258436909612659

Ver Fichero: 7. Calendario de implantación.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :Anexo I.pdf

HASH SHA1 :68AC571EEDEEF4A3445177977A9B6B0B3C9C9E4D

Código CSV :954587199107332654529060

Ver Fichero: Anexo I.pdf



Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1

Nombre :Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf

HASH SHA1 :0B9210FC104C99A87444183F3E843A30094F824B

Código CSV :426346728266286815139841

Ver Fichero: Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf



Apartado Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre :Informe_SGIC_20240910_MU_IEC_aplicacion.pdf

HASH SHA1 :BB71618A5DA0E36646ED1CA4E8BEBAB63AEF1CCA

Código CSV :954587305729993191774486

Ver Fichero: Informe_SGIC_20240910_MU_IEC_aplicacion.pdf



