

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 1	<p><b>Tema 1. Fundamentos de las estrategias centradas en el cliente</b></p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. De las estrategias de marketing masivo al marketing personalizado</p> <p>1.3. De la estrategia del marketing transaccional al marketing relacional</p> <p>1.4. Del marketing centrado en el producto al marketing de experiencias</p> <p>1.5. Resumen</p> <p>1.6. Referencias bibliográficas</p> <p><b>Tema 2. La innovación como estrategia de la experiencia centrada en el cliente</b></p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Estrategias convencionales de innovación en productos y/o servicios</p> <p>2.3. Estrategias de innovación y co-creación de experiencias con el cliente</p> <p>2.4. Despliegue estratégico de innovación y co-creación de la experiencia del cliente</p> <p>2.5. Resumen</p> <p>2.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Se puntuará la asistencia a 2 clases presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una)</p> <p><b>Foro:</b> Los pilares del Customer Experience (1,5 puntos)</p>
Semana 2	<p><b>Tema 3. Diseño y planificación de una estrategia de innovación centrada en el cliente</b></p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Visualización y propósito de una estrategia de innovación centrada en el cliente</p> <p>3.3. Diseño de una estrategia innovadora de experiencia centrada en el cliente</p> <p>3.4. Preparación de una compañía para una estrategia de innovación centrada en el cliente</p> <p>3.5. Resumen</p> <p>3.6. Referencias bibliográficas</p>	<p><b>Trabajo:</b> La importancia de la experiencia de cliente para la estrategia de innovación en SAGE, España (5 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 3	<p><b>Tema 4. Implementación y evaluación de la estrategia de innovación centrada en el cliente</b></p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Proceso de implantación de una estrategia innovadora de experiencia de cliente</p> <p>4.3. Modelo de gobierno en la estrategia de innovación centrada en el cliente</p> <p>4.4. Técnicas y herramientas de gestión de una experiencia innovadora de clientes</p> <p>4.5. Evaluación y control de la estrategia de innovación centrada en el cliente</p> <p>4.6. Resumen</p> <p>4.7. Referencias bibliográficas</p>	
Semana 4	<p><b>Tema 5. Tendencias y nuevos ámbitos de aplicación de la estrategia de innovación centrada en el cliente</b></p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Nuevas tendencias de una experiencia innovadora centrada en el cliente</p> <p>5.3. Tecnologías de información y comunicación (TIC) de una experiencia innovadora centrada en el cliente</p> <p>5.4. Nuevos ámbitos de aplicación de la estrategia innovadora centrada en el cliente</p> <p>5.5. Resumen</p> <p>5.6. Referencias bibliográficas</p>	<p><b>Test final</b> (3 puntos)</p>

#### NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.