

PROGRAMA

DISEÑO DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Fundamentos de CX y UX
para Equipos de Marketing

FECPA

En este curso aprenderás a aplicar Customer Experience (CX) y User Experience (UX) para mejorar la relación con tus clientes y diferenciarte en el mercado. Incorporarás herramientas como el Customer Journey Map, métricas de experiencia (NPS, CSAT, CES) y técnicas de investigación con usuarios para entender qué esperan y cómo superar sus expectativas.

En sólo 3 semanas vas a adquirir habilidades prácticas para diseñar experiencias más valiosas, empáticas y memorables. No se necesitan conocimientos previos, sólo las ganas de potenciar tu perfil profesional y generar resultados reales en tu negocio o equipo.

DIRECTORA DEL CURSO

MARÍA FERNANDA FONTS BARAZA

Diseñadora UX con más de 15 años de experiencia en diseño centrado en el usuario, experiencia digital y comunicación institucional. Es Licenciada en Diseño Gráfico (UNSTA) y Máster en Dirección de Comunicación por la EAE Business School (España), con formación especializada en UX y diseño de experiencias digitales por la UNICEN.

Cuenta además con trayectoria docente en nivel universitario, con 11 años como profesora en la Lic. en Diseño Gráfico (UNSTA) y 3 años como tutora en la Diplomatura en Diseño de Experiencias Digitales (UXDI)

Público Objetivo

- Profesionales de marketing, comunicación, producto o atención al cliente.
- Equipos interdisciplinarios interesados en mejorar la experiencia del cliente.
- Personas que deseen aplicar una perspectiva centrada en el usuario a estrategias, campañas y servicios.
- Quienes busquen incorporar herramientas prácticas de CX y UX sin necesidad de conocimientos previos en diseño.



¿Por qué formarse en este programa?

- Para entender cómo el diseño centrado en el usuario impacta en los resultados del negocio.
- Para diferenciar tu propuesta no solo por el producto, sino por la experiencia que ofrecés.
- Para incorporar herramientas clave como el Customer Journey Map, entrevistas con usuarios y métricas de experiencia.
- Para aplicar conceptos de CX y UX en proyectos reales de marketing o servicio al cliente.
- Para fortalecer la relación con tus clientes a través de experiencias más valiosas, empáticas y memorables.

Información de cursado



Inicio del curso: 9 de septiembre de 2025



Duración: 3 semanas



Cursado: Martes y Jueves de 18 a 21 hs.



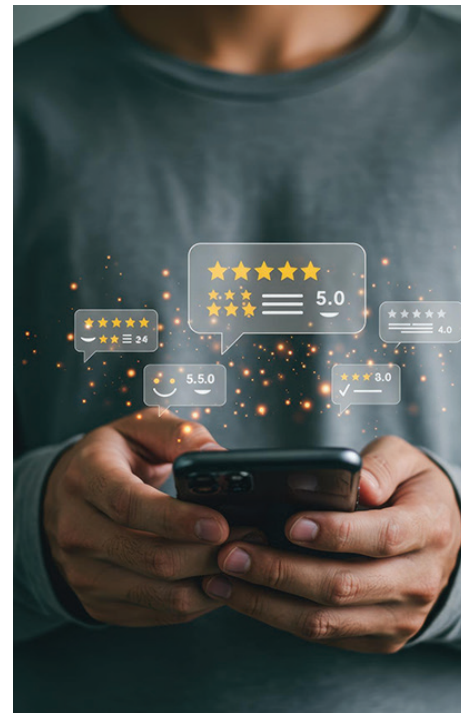
Modalidad: Virtual



Certificación: UTN-FRT + FECPA

Objetivos Generales

- Comprender qué es el Diseño Centrado en el Usuario y su valor estratégico.
- Diferenciar y relacionar CX (Customer Experience) y UX (User Experience).
- Incorporar herramientas clave para analizar, mapear y mejorar la experiencia del cliente.
- Adquirir nociones básicas de investigación con usuarios y cómo aplicarlas en entornos de negocio reales.



Contenidos del programa

Módulo 1 – Introducción al Diseño Centrado en el Usuario

- Qué es y por qué importa en negocios actuales.
- Principios del diseño centrado en las personas.
- Diferencias y relaciones entre CX, UX y UI.
- Casos de éxito: empresas que aplican esta mirada.

Módulo 2 – Fundamentos de Customer Experience (CX)

- Qué es la Experiencia del Cliente.
- Momentos clave, emociones y expectativas.
- Contact points y omnicanalidad.
- Principios de diseño de experiencias memorables

Módulo 3 – Herramientas de CX: Customer Journey Map

- Qué es un Customer Journey Map y por qué es útil.
- Cómo mapear experiencias actuales y detectar oportunidades.
- Actividad práctica: creación de un journey map simple (con plantilla guiada).
- Introducción al Service blueprinting.

Módulo 4 Métricas y Estrategias en Customer Experience

- NPS, CSAT, CES: principales métricas de experiencia.
- Voz del cliente: cómo captar, analizar y responder.
- Estrategias de fidelización y mejora continua.
- Cómo medir impacto de cambios en la experiencia.

Módulo 5 – Fundamentos de UX: Experiencia de Usuario

- Qué es UX y cómo se diferencia de la interfaz.
- Principios de usabilidad y accesibilidad.
- Estructura de un proceso UX: descubrimiento, definición, diseño y validación.
- Casos de uso aplicables a productos, servicios o entornos digitales.

Módulo 6 – Herramientas UX: Investigación y Evaluación

- Investigación con usuarios: ¿por qué y cómo?
- Entrevistas, test de usuarios, mapeos de empatía, card sorting.
- Diseño de hipótesis y prototipos de baja fidelidad.
- Actividad práctica: planificación de una mini investigación de usuarios.

