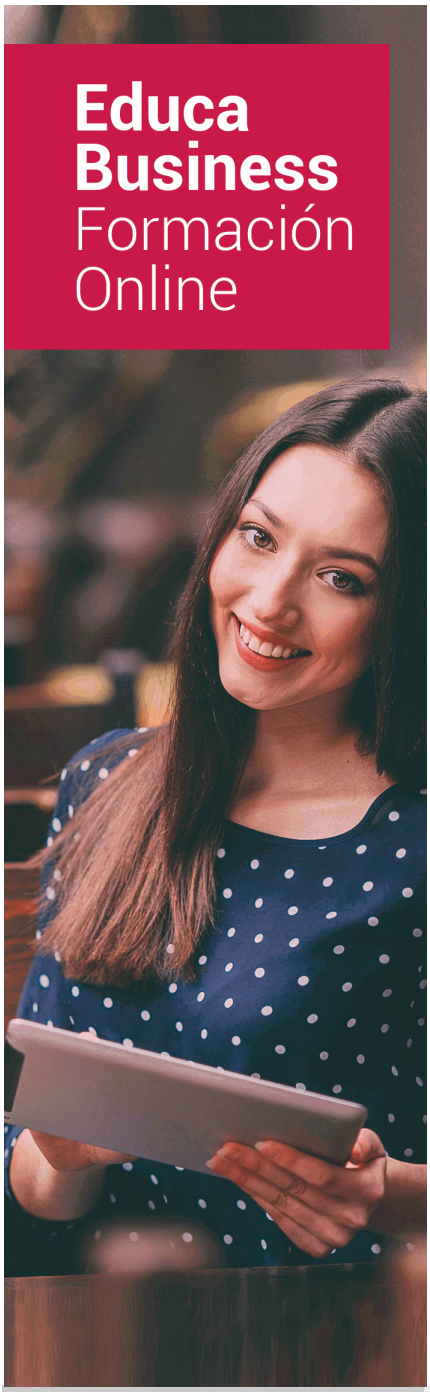
Master en Atención Al Cliente



SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación** (AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones formativas

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master en Atención Al Cliente

DURACIÓN:
600 horas

MODALIDAD:
Online

PRECIO:
1.495 €
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulació acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX

Con una calificación de NOTABLE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Descripción

Este Master en Atención Al Cliente le ofrece una formación especializada en al materia. Este Master en Atención al Cliente: Calidad en el Servicio le ofrece una formación especializada en la materia. En el ámbito del comercio y marketing, es necesario conocer los diferentes campos de la atención al cliente, consumidor o usuario, dentro del área profesional de la compraventa. Así, con en Atención al Cliente: Calidad en el Servicio se pretende aportar los conocimientos necesarios para la gestión de la atención al cliente/consumidor/usuario y las técnicas de información y atención al cliente/consumidor/usuario.

Objetivos

- Adquirir la capacidad necesaria para el correcto uso de las estrategias del servicio para dar a conocer las distintas técnicas para medir la satisfacción del cliente y diagnosticar los errores cometidos. - Aprender a implantar en el trabajo diario un programa de calidad en el servicio, para preparar a los trabajadores en la utilización del teléfono como instrumento de atención e información al público. - Aprender la importancia de la comunicación en el servicio de cara a la satisfacción del cliente y de los trabajadores que prestan el servicio, de manera que se distingan y conozcan las normas de calidad. - Adquirir los conocimientos, habilidades y competencias que el mercado laboral actual exige a los especialistas en calidad en el servicio y atención al cliente, para desarrollar su carrera profesional en el sector, por medio del aprendizaje de las principales técnicas encaminadas a la satisfacción del consumidor. - Analizar las características de una empresa/organización para transmitir la imagen más adecuada. - Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización. - Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento al cliente. - Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas. - Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

A quién va dirigido

Este Master en Atención Al Cliente está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además este máster en Atención al Cliente: Calidad en el Servicio a los profesionales del mundo del comercio y marketing, concretamente en atención al cliente, consumidor o usuario, dentro del área profesional de la compraventa, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con la Calidad.

Para qué te prepara

Este Master en Atención Al Cliente le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master en Atención al Cliente: Calidad en el Servicio le prepara para gestionar y ejecutar los planes de atención al cliente/consumidor/usuario de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

Salidas Laborales

Calidad

-

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento**

Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.

Reinventamos la Formación Online

Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.

Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.

Master en Atención Al Cliente **Ver Curso**

Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.

Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.

Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.

Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.

Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.

Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos

Temario

PARTE 1. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1.Concepto y características de la función de atención al cliente:
- 1.- Empresas fabricantes
- 2.- Empresas distribuidoras
- 3.- Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente
- 4.- El defensor del cliente: pautas y tendencias

2.Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
- 1.- Organización funcional de las empresas: Organigrama
- 2.- Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas

3.Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
- 1.- Naturaleza
- 2.- Efectos
- 3.- Normativa: productos y ámbitos regulados

4.El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
- 1.- Marketing relacional
- 2.- Relaciones con clientes
- 3.- Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales

4.- Obtención y recogida de información del cliente

5.Variables que influyen en la atención al cliente:

1.- Posicionamiento e imagen

2.- Relaciones públicas

6.La información suministrada por el cliente

1.- Análisis comparativo

2.- Naturaleza de la información

3.- Cuestionarios

4.- Satisfacción del cliente

5.- Averías

6.- Reclamaciones

7.Documentación implicada en la atención al cliente

1.- Servicio Post venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1.Procesos de calidad en la empresa

2.Concepto y características de la calidad de servicio

1.- Importancia

2.- Objeto

3.- Calidad y satisfacción del cliente

3.Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente

1.- Elementos de control

2.- Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente

3.- Medidas correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1.Ordenación del Comercio Minorista:

1.- Contenido

2.- Implicaciones en la atención a clientes

2.Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico

1.- Contenido

2.- Implicaciones

3.Protección de Datos:

1.- Contenido

2.- Implicaciones en las relaciones con clientes

4.Protección al consumidor:

1.- Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios

2.- Regulación autonómica y local de protección al consumidor

PARTE 2. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO DE PROTECCIÓN DEL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO EN CONSUMO

1.Normativa en defensa del consumidor
2.Instituciones y organismos de protección al consumidor
3.Procedimientos de protección al consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO

1.Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
2.Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
3.Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias
4.Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
5.Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
6.Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
7.La actuación administrativa y los actos administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIACIÓN Y ARBITRAJE EN MATERIA DE CONSUMO

1.Conceptos y características
2.La mediación
3.El arbitraje de consumo
4.Procedimientos de arbitraje en consumo
5.Documentación en procesos de mediación y arbitraje

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN CONSUMO

1.Conceptos
2.Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones
3.Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones
4.Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

1.Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor)
2.Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones
3.Caracterización del proceso de negociación
4.Planes de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTROL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

1.Tratamiento de las anomalías
2.Procedimientos de control del servicio
3.Indicadores de calidad
4.Evaluación y control del servicio
5.Análisis estadístico

PARTE 3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y BASES DE DATOS EN CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFORMACIÓN Y FUENTES EN CONSUMO

1.Tipos de fuentes e información en consumo
2.Fuentes de información institucional en consumo:
  1.- Europea
  2.- Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación en Consumo)
  3.- Autonómica
  4.- Local
3.Fuentes de información primaria en consumo:
  1.- Monografías
  2.- Informes técnicos
  3.- Revistas (publicaciones periódicas o seriadas)
  4.- Catálogos de productos
  5.- Normas
  6.- Materiales no convencionales y otros
  7.- Encuestas a consumidores
4.Fuentes de información secundaria en consumo:
  1.- Índices bibliográficos
  2.- Índices KWIC/KWOC
  3.- Índices de contenidos
  4.- Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales)
  5.- Directorios
5.Soportes de la información:
  1.- Impresos o escritos
  2.- Edición electrónica
  3.- Multimedia: información audiovisual
6.Normativa reguladora del tratamiento de la información:
  1.- Propiedad intelectual
  2.- Derechos de autor

3.- Protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN CONSUMO

1.Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios Web, institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias

2.Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes

1.- Autoría

2.- Filiación

3.- Actualidad

4.- Propósito

5.- Audiencia

6.- Legibilidad

3.Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:

1.- Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad

2.- Estimación coste-rendimiento

4.Buscadores de información online:

1.- Bases de datos

2.- Directorios y bibliotecas virtuales

3.- Motores de búsqueda

4.- Metabuscadores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CATALOGACIÓN Y ARCHIVO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN APLICADAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO

1.Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo

2.Sistemas de registro de la información y documentación en consumo

1.- Conceptos y características

2.- Tipología. Reclamaciones u otra documentación

3.- Flujo documental

4.- Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta

5.- Funciones y servicios que desarrollan

6.- Los archivos físicos e informáticos de la información

3.Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales

4.Grabación de archivos en distintos formatos:

1.- Textos

2.- Enriquecidos

3.- Web

4.- Imágenes

5.- Sonidos

6.- Videos

5.Codificación de documentos:
1.- Clasificación de documentos y
2.- Niveles de acceso
6.Conservación de documentación obsoleta o histórica:
1.- Vigencia de la documentación
2.- Destrucción de documentación obsoleta o histórica
3.- Archivo definitivo u otros
4.- Realización de copias de seguridad
7.Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
1.- Manual de Archivo y clasificación de documentos
2.- Catalogación y indización de documentos e información
8.Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:
1.- Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información
2.- Protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BASES DE DATOS Y CENTROS DOCUMENTALES EN CONSUMO

1.Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC
2.Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores
1.- Información a incorporar
2.- Estructura de la base de datos: relacionales y documentales
3.- Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido
4.- Control de redundancia de la información
5.- Determinación de administrador/res responsable/s del sistema
6.- Claves y niveles acceso a usuarios
7.- Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes
8.- Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos
3.Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo
1.- Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos
2.- Cifrado y descifrado de una base
3.- Conversión de una base de datos
4.- Ordenación
5.- Filtrado
6.- Validaciones
7.- Formularios
8.- Informes
9.- Subtotales
10.- Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos
11.- Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos

4.Comandos de las bases de datos

1.- Conceptos generales

2.- Comandos de manipulación y formato

3.- Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos tablas dinámicas u otros

4.- Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros

5.Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos

6.Aplicación de distintos comandos de las bases de datos

1.- Búsquedas y consultas de información en materia de consumo

2.- Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos

3.- Elaboración de informes de la base de datos en consumo

7.Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos

1.- Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación

PARTE 4. DOCUMENTACIÓN E INFORMES DE CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELABORACIÓN DE BOLETINES Y SÍNTESIS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO

1.Terminología de la documentación e información de consumo:

1.- Tesauros y palabras claves en consumo y su normativa

2.- Lenguajes: normativos y documentales

2.Boletines de Información e Informes:

1.- Concepto

2.- Finalidad

3.- Estructura

4.- Composición

3.Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:

1.- Forma

2.- Plazos

4.Técnicas y normas gramaticales:

1.- Corrección ortográfica y semántica

2.- Construcción de oraciones

3.- Normas de aplicación de siglas y abreviaturas

4.- Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas

5.Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:

1.- Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y

énfasis

2.- Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos

6.Redacción de documentos profesionales:

1.- Lenguaje escrito

2.- Contenido y su organización: fichas de contenido

3.- Resumen o síntesis

7.Presentación de la documentación:

1.- Fuentes de origen

2.- Cronología

3.- Canales de comunicación y divulgación

4.- Internet/Intranet

8.Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:

1.- Protección de datos

2.- Seguridad y confidencialidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE CONSUMO CON PROCESADORES DE TEXTO

1.Aspecto de los caracteres y letras:

1.- Tipo

2.- Tamaño

3.- Efectos

2.Aspecto de un párrafo:

1.- Alineación e interlineado

2.- Espacio anterior y posterior

3.- Sangrías y tabuladores en el texto

4.- Trabajo con la regla

5.- Listas numeradas

6.- Cambio de estilo, viñetas y otros

3.Formato del documento:

1.- Auto-formato

2.- Autocorrección

3.- Aplicación de manuales de estilo

4.Edición de textos:

1.- Configuración de encabezados y pies de página

2.- Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros

5.Documentos profesionales:

1.- Creación y uso de plantillas

2.- Tareas automatizadas

6.Creación de un informe personalizado:
1.- Asistente para informes
2.- Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado)
3.- Creación de un auto informe
7.Creación de formularios:
1.- Asistente para formularios
2.- Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario
3.- Auto-formulario
4.- Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario
5.- Uso de filtros en formularios
8.Impresión de textos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON TABLAS

1.Presentación de información con tablas:
1.- Creación de una tabla
2.- Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas
3.- Importación, vinculación y exportación de tablas
2.Edición de una tabla:
1.- Movimiento
2.- Agregaciones y eliminaciones
3.- Búsquedas y reemplazos de datos
4.- Copias, cortes y pegados de datos
3.Relaciones entre las tablas:
1.- Índices
2.- Conversiones de texto y tablas
4.Personalización de la vista Hoja de datos:
1.- Visualización y ocultación
2.- Cambio altura de filas y columnas
3.- Desplazamiento e inmovilización
5.Impresión de una hoja de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON GRÁFICOS

1.Elaboración de representaciones gráficas:
1.- Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad
2.Elementos presentes en los gráficos:
1.- Rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes, representación-
3.Configuración y modificación de los elementos

4.Tipos de gráficos:

1.- de líneas, de áreas, de barras, de columnas o histogramas, polígonos, ojivas, de anillos, de radar, de superficie, de dispersión, burbujas, representación de grafos, sectores o ciclograma, de movimiento, pictograma u otros a partir de datos convenientemente tabulados

5.Creación de un gráfico:

1.- Selección del tipo de gráfico
2.- Selección de los rangos de datos
3.- Agregar una nueva serie de datos al gráfico
4.- Opciones del gráfico
5.- Ubicación del gráfico

6.Modificación del gráfico:

1.- Tipo de gráfico
2.- Datos de origen
3.- Opciones de gráfico
4.- Ubicación
5.- Agregar datos y línea de tendencia
6.- Vista en 3D

7.Borrado de un gráfico

8.Integración de gráficos en documentos

PARTE 5. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓ AL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1.Información del cliente:

1.- Quejas
2.- Reclamaciones
3.- Cuestionarios de satisfacción

2.Archivo y registro de la información del cliente:

1.- Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo
2.- Elaboración de ficheros

3.Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa

4.Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario

5.Estructura y funciones de una base de datos

1.- Tipos de bases de datos
2.- Bases de datos documentales

3.- Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros
4.- Grabación, modificación y borrado de información
5.- Consulta de información

6.Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes
1.- Procedimientos de protección de datos

7.Confección y presentación de informes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1.Modelo de comunicación interpersonal:
1.- Elementos: objetivos, sujetos y contenidos
2.- Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo
3.- Comunicación presencial y no presencial
4.- Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades

2.Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial

3.Expresión verbal:
1.- Calidad de la información
2.- Formas de presentación
3.- Expresión oral: dicción y entonación

4.Comunicación no verbal
1.- Comunicación corporal

5.Empatía y asertividad:
1.- Principios básicos
2.- Escucha activa

6.Comunicación no presencial:
1.- Características y tipología
2.- Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica
3.- Expresión verbal a través del teléfono
4.- Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
5.- Reglas de la comunicación telefónica
6.- El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo

7.Comunicación escrita:
1.- Cartas, faxes
2.- Correo electrónico: elementos clave
3.- Mensajería instantánea: características
4.- Comunicación en las redes (Intra/Internet)