

Master en Atención Al Cliente



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Master en Atención Al Cliente



DURACIÓN
600 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

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



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE ÁREA MANAGER



Con el aval del Consejo Español del Comercio Exterior y Social de la UNED (CECCO) (Plan. Resolución 2005)

Descripción

Este Master en Atención Al Cliente le ofrece una formación especializada en la 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.

Para qué te prepara

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.

A quién va dirigido

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

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. - Metabuscaores

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. - Tesoros 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, pictogramas 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 ATENCIÓN 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)

