

Master En Autoestima, Asertividad Y Resolución De Conflictos + Técnico Experto En Comunicación Y Atención Al Público



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 Autoestima, Asertividad Y Resolución De Conflictos + Técnico Experto En Comunicación Y Atención Al Público



DURACIÓN
900 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Autoestima, Asertividad y Resolución de Conflictos con 600 horas por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación de Técnico Experto en Comunicación y Atención Al Público con 300 horas 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 AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)

Descripción

Este Master en Autoestima, Asertividad y Resolución de Conflictos le ofrece una formación especializada en al materia. Con este Master en Autoestima, Asertividad, Resolución de Conflictos, Comunicación y Atención al Público se pretende ayudar a los profesionales a controlar aspectos tan fundamentales como la autoestima y las dotes de comunicación, la asertividad y cómo no ayudar a la resolución de conflictos. De ello dependerá en gran medida el éxito en la consecución de sus metas, logrando al mismo tiempo transmitir seguridad y confianza al resto de componentes del equipo de trabajo. Este Técnico Experto en Comunicación y Atención Al Público le ofrece una formación especializada en al materia. Este Curso de Técnicas de Comunicación y Atención al Público le ofrece una formación especializada en la materia. Se trata de sacar el mejor provecho a la relación trabajador-cliente, enseñando a erradicar fallos en la comunicación verbal y no verbal que puedan convertirse en ruido comunicativo y por tanto puedan provocar que el proceso de comunicación no se desarrolle eficazmente para los sujetos que intervienen.

Objetivos

- Profundizar en la importancia de la autoestima y saber diferenciar los tipos que podemos encontrarnos.
- Conocer qué es el autocontrol emocional y las diferentes técnicas para desarrollarlo.
- Estudiar el significado de Comunicación y los procesos en los que interviene.
- Profundizar en los elementos que participan en su desarrollo y los diferentes los tipos de comunicación.
- Adquirir estrategias para una mejora de la gestión de los trabajos en equipo.
- Conocer técnicas de entrenamiento de habilidades sociales.
- Enfatizar en las características que un líder tiene que tener para que su personalidad encuadre

en un perfil de liderazgo y saber cuáles son los conflictos dentro de la empresa más habituales, además de cómo se solucionan.

- Proporcionar conocimientos sobre las técnicas de información y comunicación efectivas para una buena atención al administrado.
- Introducir nuevas pautas de comportamiento en la actuación diaria del personal de las administraciones en sus relaciones con los ciudadanos que les permitan mejorar la calidad del servicio que prestan, así como analizar las principales características de la comunicación.
- Proporcionar conocimientos sobre las técnicas de información y comunicación efectivas para una buena atención al administrado.
- Introducir nuevas pautas de comportamiento en la actuación diaria del personal de las administraciones en sus relaciones con los ciudadanos que les permitan mejorar la calidad del servicio que prestan, así como analizar las principales características de la comunicación.

Para qué te prepara

Este Master en Autoestima, Asertividad y Resolución de Conflictos está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además Este Master en Autoestima, Asertividad, Resolución de Conflictos, Comunicación y Atención al Público está dirigido al personal de las administraciones que desempeñan tareas de cara al público y que mantienen un contacto directo con el cliente. Además el curso, por su composición, se dirige a todas aquellas personas que de forma individual u organizacional desarrollan su trabajo basándose en las relaciones continuas y lineales con los usuarios.

A quién va dirigido

Este Master en Autoestima, Asertividad y Resolución de Conflictos le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Master en Autoestima, Asertividad, Resolución de Conflictos, Comunicación y Atención al Público te prepara para conocer el proceso de la comunicación humana, planificándolo y utilizando las herramientas comunicativas más eficaces, potenciando además las cualidades humanas que ayuden a prestar un mejor servicio y mejorar la calidad personal, así como descubrir las habilidades sociales necesarias para la atención al público, conociendo los principales aspectos relacionados con las habilidades sociales, destrezas o capacidades necesarias para una correcta interacción entre el informador y los ciudadanos durante la prestación de servicios. te prepara para conocer el proceso de la comunicación humana, planificándolo y utilizando las herramientas comunicativas más eficaces, potenciando además las cualidades humanas que ayuden a prestar un mejor servicio y mejorar la calidad personal, así como descubrir las habilidades sociales necesarias para la atención al público, conociendo los principales aspectos relacionados con las habilidades sociales, destrezas o capacidades necesarias para una correcta interacción entre el informador y los ciudadanos durante la prestación de servicios. Este Técnico Experto en Comunicación y Atención Al Público le prepara para conseguir una titulación profesional. Este Curso de Técnicas de Comunicación y Atención al Público te prepara para conocer el proceso de la comunicación humana, planificándolo y utilizando las herramientas comunicativas más eficaces, potenciando además las cualidades humanas que ayuden a prestar un mejor servicio y mejorar la calidad personal, así como descubrir las habilidades sociales necesarias para la atención al público, conociendo los principales

aspectos relacionados con las habilidades sociales, destrezas o capacidades necesarias para una correcta interacción entre el informador y los ciudadanos durante la prestación de servicios.

Salidas laborales

Administrativo, Funcionario, Recepcionista, Encargado, Dependiente, Comercial, Azafatas, Personal de Apoyo, Proveedor. Administrativo, Funcionario, Recepcionista, Encargado, Dependiente, Comercial, Azafatas, Personal de Apoyo, Proveedor.

TEMARIO

1. CURSO 1: MASTER EN AUTOESTIMA, ASERTIVIDAD Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

PARTE 1. AUTOESTIMA, ASERTIVIDAD Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA AUTOESTIMA

1. Introducción
2. ¿Qué es la Autoestima?
3. Desarrollo de la Autoestima
4. Grados de autoestima
5. Importancia de la autoestima positiva
6. Autoestima Alta y Baja
7. Distorsiones cognitivas
8. Indicadores de Autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL AUTOCONCEPTO

1. Introducción
2. Conceptos y teorías
3. Evaluación
4. Programas de Intervención

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AUTO-RESPECTO Y AUTO-REALIZACIÓN

1. Auto-respeto
2. Como hacer frente a las críticas: Responder a las quejas
3. Creatividad y Auto-realización en el trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL AUTOCONTROL EMOCIONAL

1. Introducción
2. El autocontrol emocional
3. Las emociones
4. La ira
5. Formas concretas de manejar las emociones de Ansiedad e Ira

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS DE AUTOCONTROL EMOCIONAL

1. Imaginación/Visualización
2. Entrenamiento asertivo
3. Técnica de control de la respiración
4. Administración del tiempo
5. La relajación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS COGNITIVAS

1. Introducción
2. Solución de problemas
3. Detención del pensamiento
4. La inoculación del estrés
5. La sensibilización encubierta
6. Terapia racional emotiva de Ellis

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS GRUPALES

1. Dinámicas de grupos

MÓDULO 2. LA ASERTIVIDAD COMO ESTRATEGIA Y ESTILO DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

1. Concepto de Inteligencia Emocional
2. Teorías y Modelos de la Inteligencia Emocional
3. Componentes de la Inteligencia Emocional
4. Aptitudes en las que se basa la Inteligencia Emocional
5. Evaluación de la Inteligencia Emocional
6. La Inteligencia Emocional en los equipos de trabajo
7. Programas de Desarrollo de Inteligencia Emocional

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN

1. Introducción
2. Elementos principales del proceso de comunicación
3. Niveles de la comunicación
4. Elementos que favorecen la comunicación
5. Elementos que dificultan la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. ¿Qué es la comunicación no verbal?
2. Componentes de la comunicación no verbal
3. El lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMUNICACIÓN NO VIOLENTA

1. Introducción a la comunicación no violenta
2. Comunicación no violenta: dar paso a la compasión
3. Comunicación empática
4. Comunicación no violenta en los grupos
5. Observar sin enjuiciar
6. Cómo pedir y recibir
7. Expresar enfado y reconocimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LAS HABILIDADES SOCIALES

1. ¿Qué son las habilidades sociales?

2. La asertividad
3. La empatía
4. La escucha activa

MÓDULO 3. TÉCNICAS DE GESTIÓN, AFRONTAMIENTO Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 13. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES

1. Introducción
2. Habilidades de resolución de problemas
3. Técnicas básicas de resolución de problemas
4. El análisis de decisiones
5. Toma de decisiones: el proceso de decisión

UNIDAD DIDÁCTICA 14. GESTIÓN DE CONFLICTOS

1. Conceptualización del conflicto
2. Orígenes y causas de los conflictos
3. Tipos de conflictos
4. Elementos del conflicto
5. Importancia del conflicto
6. La conflictología
7. Prevención de los conflictos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. AFRONTAMIENTO DE LOS CONFLICTOS

1. Qué es un problema, qué es un conflicto
2. Conflictos de necesidades e intereses en la tarea
3. Los conflictos como oportunidad o como riesgo
4. Cómo y porque aparecen los conflictos
5. Ganadores o perdedores

UNIDAD DIDÁCTICA 16. METODOLOGÍA DE RESOLUCIÓN: LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación
5. Estrategias de negociación
6. Tácticas de negociación
7. Cuestiones prácticas

PARTE 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL PÚBLICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

1. Elementos del proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. La comunicación informal
4. Efectos de la comunicación

5. Obstáculos o barreras para la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

1. Técnicas de comunicación y habilidades sociales aplicadas a la atención al cliente
 1. - Técnicas de comunicación
 2. - Habilidades sociales
2. Análisis del proceso de comunicación y sus barreras
 1. - Barreras en la comunicación
3. Resolución de problemas de comunicación
4. Análisis de características de la comunicación
 1. - Comunicación de estilo agresivo
 2. - Comunicación de estilo pasivo
 3. - Comunicación de estilo asertivo
5. Interpretación de normas de actuación en función de tipologías de clientes
6. Aplicación de comportamientos básicos en función de tipologías y diferencias culturales
7. Trato adecuado a personas con discapacidad
 1. - Normas de protocolo con usuarios discapacitados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HABILIDADES PERSONALES Y SOCIALES

1. El lenguaje
 1. - Calidad de la información
 2. - Formas de presentación
 3. - Expresión oral: dicción y entonación
2. Lenguaje no verbal
 1. - Lenguaje corporal
 2. - Escucha activa
 3. - Empatía
 4. - Asertividad
 5. - Feed-back
3. Caracterización de los distintos tipos de clientes (habladores, tímidos, inquisitivos...)
 1. - Tipologías de personalidad
 2. - Tipologías de actitudes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN ORAL

1. Las habilidades conversacionales en la conversación oral
2. Técnicas de intervención verbal
 1. - Técnicas directivas
 2. - Técnicas no directivas
3. Formas de comunicación oral en la empresa
 1. - Diálogo
 2. - Discurso
 3. - Entrevista
 4. - Debate
 5. - Mesa redonda
 6. - Seminario

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

1. Proceso de comunicación telefónica
 1. - La expresión verbal en la comunicación telefónica
 2. - La expresión no verbal en la comunicación telefónica
2. Prestaciones habituales
3. Medios y equipos
4. Realización de llamadas
5. Protocolo telefónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN ESCRITA

1. Normas generales de la comunicación escrita
 1. - Características y pautas de realización del discurso
2. Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos
3. Técnicas y normas gramaticales
 1. - Signos de puntuación
 2. - Normas de tildación
 3. - Normas de aplicación de siglas y abreviaturas
4. Diccionarios
 1. - Tipos
 2. - Gramáticas

MÓDULO 2. ATENCIÓN AL PÚBLICO. EL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARCO DE PROTECCIÓN DEL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO EN CONSUMO

1. Normativa en defensa del consumidor
 1. - Derechos y deberes
 2. - Legislación Estatal, Autonómica y Local
 3. - Legislación Comunitaria
2. Instituciones y organismos de protección al consumidor
 1. - Tipología
 2. - Competencias
 3. - Organigrama funcional
3. Procedimientos de protección al consumidor
 1. - Protección de datos y confidencialidad
 2. - Transparencia de los procedimientos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO

1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
 1. - Naturaleza
 2. - Efectos
2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias
 1. - Elementos formales que contextualizan la reclamación

2. - Documentos necesarios o pruebas en una reclamación
3. - Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación
4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
 1. - Plazos de presentación
 2. - Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes
 3. - Gestión on-line
6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
 1. - Fases del proceso de resolución
 2. - Documentación que se genera
7. La actuación administrativa y los actos administrativos
 1. - Concepto y elementos
 2. - Clases
 3. - Eficacia de los actos
 4. - El silencio administrativo
 5. - Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN LA ATENCIÓN AL PÚBLICO

1. Conceptos
 1. - Queja
 2. - Reclamación
 3. - Consulta
 4. - Denuncia
 5. - Partes intervinientes
2. Caracterización del cliente / consumidor / usuario ante quejas y reclamaciones
 1. - Situación, percepción, motivación: clima
 2. - Tratamiento
3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones
 1. - Interpersonal
 2. - Telefónica
 3. - Escrita
 4. - Telemática
4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo
 1. - Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones
 2. - Dialéctica de la argumentación
 3. - Negociación y sus técnicas de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

1. Tratamiento de las anomalías
 1. - Principales incidencias/anomalías
 2. - Forma
 3. - Plazos
2. Procedimientos de control del servicio
 1. - Parámetros de control
 2. - Técnicas de control

3. Indicadores de calidad
4. Evaluación y control del servicio
 1. - Métodos de evaluación
 2. - Medidas correctoras
5. Análisis estadístico

PARTE 3. COMUNICACIÓN EFECTIVA Y TRABAJO EN EQUIPO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HABILIDADES PERSONALES Y SOCIALES

1. Definición de habilidad personal y social
2. Habilidades sociales de especial interés en el ámbito laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Importancia de la comunicación en la empresa. Ventajas e inconvenientes
2. Función estratégica de la comunicación
3. Tipos de comunicación existentes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO

1. Perfil competencial del líder
2. Funciones esenciales del líder
3. Funciones complementaria del líder
4. Concepto de trabajo en equipo. Diferencias
5. Ventajas del trabajo en equipo
6. Técnicas y habilidades personales y sociales necesarias para el trabajo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA

1. Teorías de la Motivación.
2. Tipos de motivación y estándares de eficacia.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS DE EVITACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

1. Habilidades personales y sociales necesarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ORIENTACIÓN AL CAMBIO

1. Principales inconvenientes y resistencia al cambio
2. Habilidades personales y sociales necesarias para la motivación al cambio

PARTE 4. COACHING Y MENTORING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL COACHING?

1. El cambio, la crisis y la construcción de la identidad
2. Concepto de coaching
3. Etimología del coaching
4. Influencias del coaching

5. Diferencias del coaching con otras prácticas
6. Corrientes actuales de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL COACHING

1. ¿Por qué es importante el coaching?
2. Principios y valores
3. Tipos de coaching
4. Beneficios de un coaching eficaz
5. Mitos sobre coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING I

1. Introducción: los elementos claves para el éxito
2. Motivación
3. Autoestima
4. Autoconfianza

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING II

1. Responsabilidad y compromiso
2. Acción
3. Creatividad
4. Contenido y proceso
5. Posición "meta"
6. Duelo y cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÉTICA Y COACHING

1. Liderazgo, poder y ética
2. Confidencialidad del Proceso
3. Ética y Deontología del coach
4. Código Deontológico del Coach
5. Código Ético

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo
2. El coaching como estilo de liderazgo
3. El coach como líder y formador de líderes
4. Cualidades del líder que ejerce como coach

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTAS DE COACHING EJECUTIVO

1. El coaching ejecutivo
2. Cualidades y competencias
3. Desarrollo de formación y experiencia empresarial
4. Dificultades del directivo. Errores más comunes
5. Instrumentos y herramientas de medición del coaching ejecutivo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA MEJORA DEL FUNCIONAMIENTO DEL EQUIPO

1. Adaptación y aprendizaje: Los Programas de entrenamiento
2. Las principales técnicas de desarrollo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. QUÉ ES EL MENTORING

1. Antecedentes del mentoring y término
2. Definiciones de mentoring
3. Orientación del mentoring
4. Bases del mentoring
5. Mentoring vs coaching
6. Por qué usar mentoring

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CLASES DE MENTORING

1. Mentoring situacional
2. Mentoring informal
3. Mentoring formal

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE MENTORING

1. Detección y análisis de necesidades
2. Estructura del programa de mentoring
3. Comunicación y expansión del programa
4. Gestión íntegra del mentoring
5. CURSO 2: TÉCNICO EXPERTO EN COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL PÚBLICO

MÓDULO 1 LA COMUNICACIÓN EN LA ATENCIÓN AL PÚBLICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

1. Elementos del proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. La comunicación informal
4. Efectos de la comunicación
5. Obstáculos o barreras para la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

1. Técnicas de comunicación y habilidades sociales aplicadas a la atención al cliente
 1. - Técnicas de comunicación
 2. - Habilidades sociales
2. Análisis del proceso de comunicación y sus barreras
 1. - Barreras en la comunicación
3. Resolución de problemas de comunicación
4. Análisis de características de la comunicación
 1. - Comunicación de estilo agresivo
 2. - Comunicación de estilo pasivo

3. - Comunicación de estilo asertivo
5. Interpretación de normas de actuación en función de tipologías de clientes
6. Aplicación de comportamientos básicos en función de tipologías y diferencias culturales
7. Trato adecuado a personas con discapacidad
 1. - Normas de protocolo con usuarios discapacitados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HABILIDADES PERSONALES Y SOCIALES

1. El lenguaje
 1. - Calidad de la información
 2. - Formas de presentación
 3. - Expresión oral: dicción y entonación
2. Lenguaje no verbal
 1. - Lenguaje corporal
 2. - Escucha activa
 3. - Empatía
 4. - Asertividad
 5. - Feed-back
3. Caracterización de los distintos tipos de clientes (habladores, tímidos, inquisitivos...)
 1. - Tipologías de personalidad
 2. - Tipologías de actitudes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN ORAL

1. Las habilidades conversacionales en la conversación oral
2. Técnicas de intervención verbal
 1. - Técnicas directivas
 2. - Técnicas no directivas
3. Formas de comunicación oral en la empresa
 1. - Diálogo
 2. - Discurso
 3. - Entrevista
 4. - Debate
 5. - Mesa redonda
 6. - Seminario

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

1. Proceso de comunicación telefónica
 1. - La expresión verbal en la comunicación telefónica
 2. - La expresión no verbal en la comunicación telefónica
2. Prestaciones habituales
3. Medios y equipos
4. Realización de llamadas
5. Protocolo telefónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN ESCRITA

1. Normas generales de la comunicación escrita

1. - Características y pautas de realización del discurso
2. Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos
3. Técnicas y normas gramaticales
 1. - Signos de puntuación
 2. - Normas de tildación
 3. - Normas de aplicación de siglas y abreviaturas
4. Diccionarios
 1. - Tipos
 2. - Gramáticas

MÓDULO 2. ATENCIÓN AL PÚBLICO. EL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARCO DE PROTECCIÓN DEL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO EN CONSUMO

1. Normativa en defensa del consumidor
 1. - Derechos y deberes
 2. - Legislación Estatal, Autonómica y Local
 3. - Legislación Comunitaria
2. Instituciones y organismos de protección al consumidor
 1. - Tipología
 2. - Competencias
 3. - Organigrama funcional
3. Procedimientos de protección al consumidor
 1. - Protección de datos y confidencialidad
 2. - Transparencia de los procedimientos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO

1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
 1. - Naturaleza
 2. - Efectos
2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias
 1. - Elementos formales que contextualizan la reclamación
 2. - Documentos necesarios o pruebas en una reclamación
 3. - Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación
4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
 1. - Plazos de presentación
 2. - Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes
 3. - Gestión on-line
6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
 1. - Fases del proceso de resolución
 2. - Documentación que se genera
7. La actuación administrativa y los actos administrativos
 1. - Concepto y elementos

2. - Clases
3. - Eficacia de los actos
4. - El silencio administrativo
5. - Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN LA ATENCIÓN AL PÚBLICO

1. Conceptos
 1. - Queja
 2. - Reclamación
 3. - Consulta
 4. - Denuncia
 5. - Partes intervinientes
2. Caracterización del cliente / consumidor / usuario ante quejas y reclamaciones
 1. - Situación, percepción, motivación: clima
 2. - Tratamiento
3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones
 1. - Interpersonal
 2. - Telefónica
 3. - Escrita
 4. - Telemática
4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo
 1. - Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones
 2. - Dialéctica de la argumentación
 3. - Negociación y sus técnicas de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

1. Tratamiento de las anomalías
 1. - Principales incidencias/anomalías
 2. - Forma
 3. - Plazos
2. Procedimientos de control del servicio
 1. - Parámetros de control
 2. - Técnicas de control
3. Indicadores de calidad
4. Evaluación y control del servicio
 1. - Métodos de evaluación
 2. - Medidas correctoras
5. Análisis estadístico

