

**Máster en Procesos de Atención al Cliente o Consumidor + Titulación  
Universitaria**



# 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.



## Máster en Procesos de Atención al Cliente o Consumidor + Titulación Universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
8 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Master en Procesos de Atención al Cliente o Consumidor con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Información y Atención al Usuario con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



**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/XXXX/XXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXX.

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 Votado de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UGR (CCESE) Plena. Presidencia 2016.

## Descripción

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 el presente Master en Procesos de Atención al Cliente o Consumidor se pretende aportar los conocimientos necesarios para la gestión de la atención al cliente/consumidor/usuario.

## Objetivos

- 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 los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios.
- Aplicar los procedimientos y métodos para organizar, tratar y archivar la información/documentación de consumo utilizando con eficacia aplicaciones informáticas de tratamiento y archivo de la información.
- Analizar la información y documentación relacionadas con el consumo y derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios.
- Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.
- Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones
- tipo de relación con un cliente/consumidor.
- Interpretar de forma eficaz información relevante contenida en textos escritos y documentos

comerciales básicos utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.

- Producir mensajes orales en situaciones de relación con un cliente para satisfacer sus necesidades.
- Analizar consultas/quejas/reclamaciones en materia de consumo, obteniendo los datos de fuentes fiables, para deducir líneas de actuación y canalización de las mismas hacia los departamentos de empresa y/o los organismos competentes
- Analizar los mecanismos de mediación/arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo de acuerdo con la normativa vigente
- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de orientación/ información al cliente/consumidor/usuario, tanto en la gestión de quejas y reclamaciones individuales, como en las referidas a otros departamentos, instituciones u organismos

## Para qué te prepara

---

Este Master en Procesos de Atención al Cliente o Consumidor está dirigido 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 gestión de la atención al cliente/consumidor/usuario.

## A quién va dirigido

---

Este Master en Procesos de Atención al Cliente o Consumidor le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Procesos de Atención al Cliente o Consumidor.

## Salidas laborales

---

Atención al cliente / Gestión de quejas.

## TEMARIO

---

### MÓDULO 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:
2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
5. Variables que influyen en la atención al cliente:
6. La información suministrada por el cliente
7. Documentación implicada en la atención al cliente

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

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

1. Ordenación del Comercio Minorista:
2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
3. Protección de Datos:
4. Protección al consumidor:

### MÓDULO 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

### MÓDULO 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:
3. Fuentes de información primaria en consumo:
4. Fuentes de información secundaria en consumo:
5. Soportes de la información:
6. Normativa reguladora del tratamiento de la información:

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

4. Buscadores de información online:

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
3. Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales
4. Grabación de archivos en distintos formatos:
5. Codificación de documentos:
6. Conservación de documentación obsoleta o histórica:
7. Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
8. Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:

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
3. Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo
4. Comandos de las bases de datos
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
7. Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos

MÓDULO 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:
2. Boletines de Información e Informes:
3. Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
4. Técnicas y normas gramaticales:
5. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:
6. Redacción de documentos profesionales:
7. Presentación de la documentación:
8. Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:

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

1. Aspecto de los caracteres y letras:
2. Aspecto de un párrafo:
3. Formato del documento:
4. Edición de textos:
5. Documentos profesionales:
6. Creación de un informe personalizado:
7. Creación de formularios:

8. Impresión de textos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON TABLAS

1. Presentación de información con tablas:
2. Edición de una tabla:
3. Relaciones entre las tablas:
4. Personalización de la vista Hoja de datos:
5. Impresión de una hoja de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON GRÁFICOS

1. Elaboración de representaciones gráficas:
2. Elementos presentes en los gráficos:
3. Configuración y modificación de los elementos
4. Tipos de gráficos:
5. Creación de un gráfico:
6. Modificación del gráfico:
7. Borrado de un gráfico
8. Integración de gráficos en documentos

MÓDULO 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:
2. Archivo y registro de la información del cliente:
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
6. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes
7. Confección y presentación de informes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
3. Expresión verbal:
4. Comunicación no verbal
5. Empatía y asertividad:
6. Comunicación no presencial:
7. Comunicación escrita:

MÓDULO 6. INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS

1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes
2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:

3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores:
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS

1. Presentación de productos/servicios:
2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores
3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta:
4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor
5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica:
6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS

1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica:
2. Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés:
3. Redacción de correspondencia comercial:
4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés
5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés
6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta
7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes:

#### MÓDULO 7. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL USUARIO

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

1. Información del cliente
2. Archivo y registro de la información del cliente
3. Procedimiento de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

1. Fundamentos de la comunicación
2. Estilos de comunicación
3. Habilidades básicas: escucha activa

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

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

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Servicio al cliente

2. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario
3. Normativa de protección de bases de datos de clientes
4. Negociación
5. Relaciones en los grupos sociales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONDUCTAS ORIGINADAS CUANDO NO SE PRODUCE LA COMUNICACIÓN

1. Dificultades en la comunicación
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
3. Soluciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES

1. El conflicto en las relaciones de trabajo
2. Tratamiento de los conflictos
3. Pautas de actuación personal como forma de solución: el diálogo
4. El conflicto como oportunidad de cambio

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

1. Introducción al concepto de Calidad
2. Costes de Calidad
3. Beneficios de un Sistema de Gestión de Calidad
4. La dirección y la Gestión de la Calidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL USUARIO

1. Procesos de calidad en la empresa
2. Normativa de protección al consumidor

