



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO  
"CAP. FAP. JOSÉ ABELARDO QUIÑONES" TUMBES**

Adecuación y Funcionamiento Institucional: R.S. N° 131-83-ED de Fecha 09 marzo 1983

Renovación Institucional: R.M. N° 0428-94-ED de Fecha 06 mayo 1994

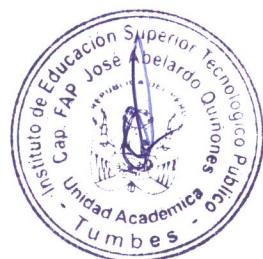
Revalidación Institucional: R.D. N° 149-2005-ED de Fecha 26 mayo.2005 y

R.D. N° 0587-2006-ED de Fecha 03 agosto 2006

**SÍLABO DE COMUNICACIÓN COMERCIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

**DATOS GENERALES**

1.1	Nombre de la Institución :	IESTP. CAP. FAP. "José Abelardo Quiñones"
1.2	Programa de Estudio :	Administración de empresas
1.3	Módulo Profesional :	Gestión de la comercialización
1.4	Unidad Didáctica :	Comunicación comercial y atención al cliente
1.5	Docente Responsable :	
1.6	Periodo Académico :	Tercero
1.7	Nº de Créditos :	08
1.8	Nº de Horas U.D. :	180
1.9	Pre-Requisito :	Ninguno
1.10	Plan de estudios :	
1.11	Horario / Turno :	
1.12	Nº Horas Semanales :	10
1.13	Duración :	18 Semanas
1.14	Fecha de Inicio :	
1.15	Fecha de Término :	
1.16	E-mail :	



**I. SUMILLA**

La unidad didáctica de Comunicación Comercial y Atención al Cliente, tiene carácter teórico-práctico. Buscando en el estudiante manejar herramientas que le permitan manejo de una atención asertiva y crear bases para una negociación efectiva en su entorno personal y profesional.

**II. UNIDAD DE COMPETENCIA VINCULADA AL MÓDULO**

Administrar los recursos humanos, financieros, logísticos, comercialización y los procesos productivos de la empresa, según los criterios de competitividad, ética, eficiencia y calidad.

**III. CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA**

Desarrollar comunicación efectiva y el servicio de atención al cliente en la empresa.

**IV. INDICADORES DE LOGRO**

- ✓ Aplica técnicas para una comunicación asertiva al cliente.
- ✓ Aplica técnicas adecuadas de servicios para la atención al cliente
- ✓ Evalúa los estándares de calidad de la cadena de servicios.
- ✓ Aplica la gestión del cliente utilizando la base de datos.



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO  
"CAP. FAP. JOSÉ ABELARDO QUIÑONES" TUMBES**

Adecuación y Funcionamiento Institucional: R.S. N° 131-83-ED de Fecha 09 marzo 1983  
Renovación Institucional: R.M. N° 0428-94-ED de Fecha 06 mayo 1994  
Revalidación Institucional: R.D. N° 149-2005-ED de Fecha 26 mayo 2005 y  
R.D. N° 0587-2006-ED de Fecha 03 agosto 2006

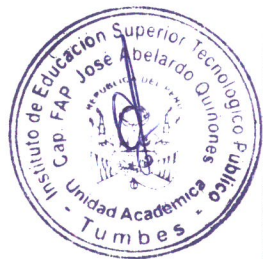
**V. COMPETENCIAS PARA LA EMPLEABILIDAD**

En esta unidad se contribuirá en el desarrollo de las siguientes competencias de empleabilidad:

- ✓ Ejercer el liderazgo de manera efectiva asumiendo un comportamiento ético en su entorno laboral.
- ✓ Trabajar en equipo en su entorno laboral fomentando la cohesión del grupo para alcanzar los resultados previstos.
- ✓ Ejercer el ejemplo en responsabilidad, disciplina y cumplimiento de sus funciones dentro del entorno laboral.

**VI. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

Semanas	Elementos de capacidad	Actividades de Aprendizaje Sesiones	Contenidos Básicos	Horas	Tareas Previas
1	Conocer la importancia que tiene la comunicación	<b>N° 01 Enfoque General de la Comunicación.</b>	Comunicación Introducción, definición, objetivos. Proceso de Comunicación Principios de la comunicación	10	Diagnóstico Prueba de Entrada
2 3	Dominar las técnicas de comunicación interpersonal y empresarial	<b>N° 02 Dominando las técnicas de comunicación interpersonal y empresarial</b>	Técnicas de la comunicación eficaz. La escucha activa. - - Elementos que facilitan la escucha activa. - Elementos a evitar en la escucha  - Habilidades - Algunos aspectos que mejoran la comunicación	20	Lectura, análisis de texto recomendado
4 5	Identificar y reconocer las técnicas de protocolo.	<b>N° 03 Identificando las Técnicas de protocolo</b>	Técnicas de protocolo de imagen personal. Evaluación.	20	Comprensión de lectura Casos prácticos





**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO  
"CAP. FAP. JOSÉ ABELARDO QUIÑONES" TUMBES**

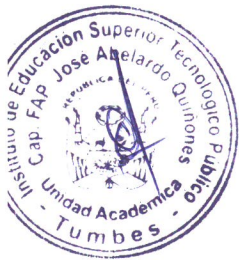
Adecuación y Funcionamiento Institucional: R.S. N° 131-83-ED de Fecha 09 marzo 1983

Renovación Institucional: R.M. N° 0428-94-ED de Fecha 06 mayo 1994

Revalidación Institucional: R.D. N° 149-2005-ED de Fecha 26 mayo 2005 y

R.D. N° 0587-2006-ED de Fecha 03 agosto 2006

6 7 8	Identificar y analizar los diferentes tipos de clientes y sus reclamos, así como los métodos para resolver	<b>N° 04 Conociendo a los Clientes</b>	Clientes: Tipología según comportamiento y sus móviles de compra, figuras que lo afectan, segmentación, fidelización, valor del cliente para empresa, plan de fidelización	30	Lectura, análisis de texto recomendado
9 10	Identificar y describir las técnicas de negociación con los clientes.	<b>N° 05 Conociendo las Técnicas de negociación</b>	La negociación Definición, importancia, ventajas Técnicas de negociación. Atención y negociación con clientes. Casuística.	20	Lectura, análisis de texto recomendado
11 12	Conocer y comprender la importancia de brindar un servicio con calidad	<b>N° 06 Mejorando la calidad de los servicios y las relaciones interpersonales</b>	Calidad de Atención 1. Atención al cliente: Cliente Externo/Cliente Interno/Cadena Cliente Proveedor 2. Calidad, Calidad en 3. Servicio 4. dimensiones del servicio	20	Lectura, análisis de texto recomendado
13 14	Conocer y comprender el trabajo en Equipo	<b>N° 07 Trabajo en equipo bajo el enfoque al cliente</b>	Trabajo En Equipo  a. Desarrollo de los equipos de trabajo b. Dinámica del grupo c. Tipo de participantes d. Estructura de una reunión Manejo de reuniones/ayuda memoria	20	Lectura, análisis de texto recomendado





INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO  
"CAP. FAP. JOSÉ ABELARDO QUIÑONES" TUMBES

Adecuación y Funcionamiento Institucional: R.S. N° 131-83-ED de Fecha 09 marzo 1983  
Renovación Institucional: R.M. N° 0428-94-ED de Fecha 06 mayo 1994  
Revalidación Institucional: R.D. N° 149-2005-ED de Fecha 26 mayo 2005 y  
R.D. N° 0587-2006-ED de Fecha 03 agosto 2006

15	Conocer e identifica los organismos de protección al consumidor.	N° 08 <b>Protección al consumidor</b>	Instituciones y organismos de protección al consumidor. Departamento de atención a los clientes en empresas.	20	Lecturas de separatas
16					Caso práctico
17		<b>Recuperación con Docente</b>			
18		<b>Recuperación con Jurado</b>			

VII. **RECURSOS DIDÁCTICOS**

- ✓ Internet - Videos Tutoriales, material impreso.
- ✓ Laptop y equipo multimedia.
- ✓ Pizarra, borrador, plumones.

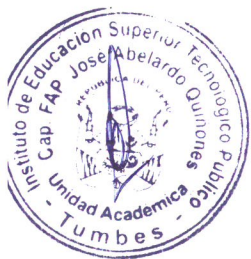
VIII. **METODOLOGÍA**

El desarrollo de la Unidad Didáctica se efectuará de la siguiente manera:

- ✓ Método : Deductivo, interrogativo, expositivo.
- ✓ Proceso : Aplicativo, analítico y síntesis, ejemplificación.
- ✓ Técnico : Clases virtuales y trabajos encargados.

IX. **EVALUACIÓN**

- ✓ El sistema de calificación es vigesimal y la nota mínima aprobatoria para las Unidades Didácticas es 13.
- ✓ Se considera aprobado el módulo, siempre que se haya aprobado todas las Unidades Didácticas respectivas y la **Experiencia Formativa en Situaciones Reales de Trabajo**, de acuerdo al Plan de Estudios.
- ✓ Los estudiantes podrán rendir evaluaciones de recuperación a fin de lograr la aprobación final de las unidades didácticas dentro del mismo periodo de estudios, considerando criterios de calidad académica y de acuerdo a los lineamientos establecidos en el reglamento institucional. La evaluación de recuperación será registrada en un **Acta de Evaluación de Recuperación**.
- ✓ La evaluación extraordinaria se aplica cuando el estudiante se reincorpora a sus estudios y tiene pendiente entre una (01) o tres (03) asignaturas / unidades didácticas para culminar el plan de estudios con el que cursó sus estudios, siempre que no hayan transcurrido más de tres (03) años. La evaluación extraordinaria será registrada en un **Acta de Evaluación Extraordinaria**.
- ✓ Las unidades didácticas correspondientes a un módulo que no hayan sido aprobadas al final del período de estudios deberán volverse a llevar.
- ✓ Si el estudiante de la carrera desapueba tres (03) veces la una misma unidad didáctica será separado del **IESTP**.
- ✓ El estudiante que acumulara inasistencias injustificadas en número mayor al **30%** del total de horas programadas en la Unidad Didáctica, será desaprobado en forma automática, sin derecho a recuperación
- ✓ Guía para la Elaboración del Plan de Estudios en Educación Superior Tecnológica





**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO  
"CAP. FAP. JOSÉ ABELARDO QUIÑONES" TUMBES**

Adecuación y Funcionamiento Institucional: R.S. N° 131-83-ED de Fecha 09 marzo 1983

Renovación Institucional: R.M. N° 0428-94-ED de Fecha 06 mayo 1994

Revalidación Institucional: R.D. N° 149-2005-ED de Fecha 26 mayo.2005 y

R.D. N° 0587-2006-ED de Fecha 03 agosto 2006

- ✓ La asistencia es obligatoria según las normas del Instituto. El límite de inasistencia para que el estudiante tenga derecho a exámenes es del 30%.
- ✓ El peso asignado a los distintos instrumentos de evaluación es como sigue:
- ✓ Evaluación Académica Intermedia (EAI) = Peso 3
- ✓ Evaluación de Tarea Académica Integral (ETAI) = Peso 3
- ✓ Evaluación de Resultado Trabajo Práctico (ERTP) = Peso 4
- ✓ **El Promedio Final (PF)** de la unidad didáctica se obtiene así

$$PF = \frac{3EAI + 3ETAI + 4ERTP}{10}$$

**X. FUENTES DE INFORMACIÓN - BIBLIOGRAFÍA**

**BIBLIOGRAFÍA (En Biblioteca)**

- ✓ Bruno Pujol Bengoeche: Dirección de Marketing y Ventas - tomo I, II, III.
- ✓ Manual de Técnicas Comerciales
- ✓ Módulo 3 Técnicas Básicas de Comunicación y Archivo

**PÁGINAS WEB**

- [www.google.com](http://www.google.com).
- [www.marketing.com](http://www.marketing.com)
- [www.aulafacil.com](http://www.aulafacil.com)
- <https://www.indecopi.gob.pe/indecopi>
- <https://www.osiptel.gob.pe/>
- [www.elprisma.com](http://www.elprisma.com)
- [www.eumed.net](http://www.eumed.net)
- [https://www.academia.edu/8031406/Comunicacion Comercial](https://www.academia.edu/8031406/Comunicacion%20Comercial)

