

SÍLABO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombre de la institución : IESTP "Cap. FAP José Abelardo Quiñones" de Tumbes
- 1.2. Periodo académico : 2021-II
- 1.3. Programa de estudios : Administración de Empresas
- 1.4. Módulo técnico profesional : Gestión Administrativa
- 1.5. Unidad didáctica : Atención al cliente y calidad de servicio (GRUPO 1)
- 1.6. Semestre académico : 2021- II
- 1.7. Créditos : 4
- Teóricos : 2
 - Prácticos : 2
- 1.8. Extensión horaria : 06 horas semanales / 96 horas semestrales
- Teoría : 2 horas semanales / 48 horas semestrales
 - Práctica : 2 horas semanales / 48 horas semestrales
- 1.9. Horario :
- Martes 7.30 am a 9.00 am
 - Viernes 9.00 am a 10.30 am
- 1.10. Duración : 16 semanas
- Fecha de inicio : setiembre.1.2021
 - Fecha de término : diciembre.17.2021
- 1.11. Docente : Dr. Juan Carlos Viera Jimenez
- Correo Electrónico : jcvjgest5@hotmail.com
juanvierajimenez@gmail.com

2. SUMILLA

La Unidad Didáctica de Atención al cliente y calidad de servicio, pretende mejorar el nivel de formación del Profesional Técnico en Administración de Empresas, de manera que se encuentre preparado para la atención al público y/o personal de la empresa aplicando las técnicas, procedimientos y métodos adecuados de atención al cliente, buscando satisfacer sus requerimientos, necesidades y motivaciones.

3. COMPETENCIA DEL MÓDULO TÉCNICO PROFESIONAL

Asistir en el intercambio de información, documentación y coordinación de actividades de las distintas áreas de la empresa, en función a sus políticas y normativa vigente

4. CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

Interactuar con los usuarios internos y externos para lograr objetivos y metas, de acuerdo a los procedimientos, métodos y técnicas empresariales.

5. INDICADOR DE LOGRO

1. Atiende al público y/o personal de la empresa de manera empática, buscando satisfacer sus requerimientos, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la empresa y la normatividad vigente.

SÍLABO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO

2. Explora las necesidades de los clientes y las tendencias del mercado para establecer posibles líneas de acción proactivamente.
3. Genera relaciones de mediano y largo plazo con los clientes aplicando técnicas de marketing, basadas en la identificación y satisfacción de sus necesidades

6. COMPETENCIA PARA LA EMPLEABILIDAD TRANSVERSAL

Tecnologías de la Información: Manejar herramientas informáticas de las TIC para buscar y analizar información, comunicarse y realizar procedimientos o tareas vinculadas al área profesional, de acuerdo con los requerimientos de su entorno laboral.

7. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Y CONTENIDOS

SEMANA	ELEMENTO DE CAPACIDAD TERMINAL O LOGRO DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE	SESIÓN DE APRENDIZAJE / CONTENIDOS	HORAS
02 semanas 13/09/21	Aplicar la herramienta del marketing para conseguir un posicionamiento de nuestros productos y/o servicios.	Herramienta del Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Introducción - El marketing - Importancia - Características - El Marketing Mix 	12HORAS
02 semanas	Analizar las características y elementos de la calidad total como un mecanismo de competitividad empresarial.	Calidad Total <ul style="list-style-type: none"> - Introducción a la calidad - Características de la calidad. - Pensadores de la calidad - Competitividad - Casuísticas 	12HORAS
02 semanas	Identificar las técnicas y elementos de atención al cliente para el éxito en las ventas.	El servicio al cliente <ul style="list-style-type: none"> - Servicio al cliente - Atención al cliente - Conociendo al cliente - Tipología de clientes - protocolo de atención. 	12HORAS
02 semanas	Reconocer los elementos del triángulo del servicio para un manejo efectivo de los recursos de la empresa.	El triángulo del servicio. <ul style="list-style-type: none"> - El triángulo del servicio. - El ciclo del servicio, - El mal servicio y sus costos, - Diez errores del servicio. - La evaluación del servicio - Manejo de quejas, Reclamos y sugerencias. 	12HORAS
2 semanas	Aplicar los métodos, técnicas y procedimientos de recolección de datos para el recojo de la información y una efectiva toma de decisiones.	Los sistemas de Información <ul style="list-style-type: none"> - Sistemas de información - Encuestas, cuestionarios y Focus group - Clientes. - Competidores - Proveedores 	12HORAS

SÍLABO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO

SEMANA	ELEMENTO DE CAPACIDAD TERMINAL O LOGRO DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE	SESIÓN DE APRENDIZAJE / CONTENIDOS	HORAS
02 semanas	Analizar y procesar la información del comportamiento del consumidor para la adecuada toma de decisiones.	El comportamiento del consumidor - Comportamiento del consumidor - Teorías del consumidor - Diagnóstico y satisfacción de las necesidades. - Factores. - Proceso de motivación	12HORAS
02 semanas	Identificar las técnicas de ventas para el cumplimiento de los objetivos y metas empresariales.	Las ventas y sus técnicas - Las ventas - Técnicas de ventas - Virtudes de un vendedor. - Técnicas de fidelización del cliente. - Las compras	12HORAS
2semanas	Efectuar una publicidad usando los diferentes medios promocionales, para el lanzamiento de un producto y/o servicio.	Mezcla Promocional - La Promoción. - La Mezcla promocional - Relaciones públicas. - La publicidad. - Plan de publicidad - Casuísticas	12HORAS

8. RECURSOS DIDÁCTICOS

En el desarrollo de la unidad didáctica, los medios a utilizar serán la Plataforma Q10, laptop, herramientas digitales, pizarra, plumones, videos, separatas y libros de la especialidad.

9. METODOLOGÍA

El desarrollo de la unidad didáctica se efectuará en forma teórica – práctica, a través de exposición y diálogo del contenido de la materia, desarrollo de trabajos prácticos a nivel grupal e individual, dinámicas grupales, visualización de videos y uso de herramientas digitales como el Jamboard y el Padlet, entre otras estrategias; promoviendo la participación activa y colaborativa de los estudiantes.

10. EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso permanente de obtención de información y reflexión sistemática sobre los aprendizajes del estudiante. Se centra en el logro de las capacidades terminales, a través de los criterios de evaluación.

El calificativo mínimo aprobatorio es TRECE (13); en todos los casos la fracción 0,5 o más se considera como una unidad a favor del estudiante, los estudiantes que obtengan 10, 11 y 12 tienen derecho a un proceso de recuperación. Dicha recuperación se realizará inmediatamente después de finalizada la unidad.

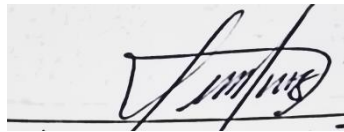
- El Porcentaje de inasistencias, no excederá el 30 %.
- Participar en todas las evaluaciones escritas y orales, así como los trabajos encargados.
- Participar activamente en los grupos de trabajos y exposiciones programadas.

SÍLABO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO

11. FUENTES DE INFORMACIÓN

❖ BIBLIOGRAFÍA

- Oakland S. (2014). *Total Quality Management and Operational Excellence*
- Muñiz, R. *Marketing en el Siglo XXI*. 5ª Edición, recuperado el 23 de marzo de 2016, de <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- Kotler P (2007) *Dirección de Mercadotecnia*, Octava Edición
- León G.(2005) *Comportamiento del Consumidor*. Edición Prentice Hall. Octava edición. México.
- Kotler y Armstrong (2009) *Fundamentos del marketing*, sexta edición
- Stantos W.(2007) (*Fundamentos de la Mercadotecnia mcgraw-hill/interamericana editores, S.A.*)
- OLASCOAGA. *El Marketing Moderno*
- ADDISON W. *Enfoque para el siglo XXI*.
- Córdoba, J. (2009). Del marketing transaccional al marketing relacional. E
- MC GRAW H. (2012) *Casos prácticos de Mercadotecnia*.



Dr. Juan Carlos Viera Jiménez
Docente Responsable