

## FICHAS DE ASIGNATURAS

<b>CENTRO ADSCRITO</b>	ESCUELA UNIVERSITARIA ADSCRITA DE RELACIONES LABORALES, TRABAJO SOCIAL Y TURISMO DE JEREZ
------------------------	---

	CÓDIGO	NOMBRE
<b>ASIGNATURA</b>	749	Atención al Cliente
<b>TITULACIÓN</b>		Diplomado en Turismo
<b>DEPARTAMENTO</b>		Ciencias Económicas e Informática

<b>PROFESORES</b>	Dña. Olga Rodríguez Flores Dña. M <sup>a</sup> del Carmen González Bejarano (Aula de Algeciras)
<b>OBJETIVOS</b>	<p>El objetivo de este programa es poner en contacto al alumno con los diferentes componentes que intervienen en el proceso de atención al cliente en la empresa turística.</p> <p>El desarrollo de este programa ha sido orientado tanto a la toma de decisiones más importantes que se pueden tomar dentro de esta área empresarial, como al conocimiento de las filosofías y técnicas que mayor incidencia están teniendo en los últimos tiempos sobre la misma.</p>
<b>PROGRAMA</b>	<p><b>TEMA 1: Introducción.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué es la atención o el servicio?</li> <li>2. ¿Qué es la calidad en el servicio a los clientes?</li> <li>3. ¿Por qué es necesario cuidar el servicio a los clientes?</li> <li>4. Principios básicos.</li> <li>5. ¿Qué es la comunicación?</li> <li>6. Los elementos del proceso comunicativo.</li> <li>7. Modalidades de comunicación.</li> </ol> <p><b>TEMA 2: ¿Quién es el cliente?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El cliente.</li> <li>2. ¿Qué necesita el cliente?</li> <li>3. La relación personal con el cliente.</li> <li>4. Algunos consejos a tener en cuenta.</li> <li>5. Decálogo de atención al cliente.</li> </ol> <p><b>TEMA 3: Imagen e identidad corporativa.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Imagen corporativa.</li> <li>2. Identidad corporativa.</li> </ol> <p><b>TEMA 4: El cuidado del cliente.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción.</li> <li>2. Normas básicas de actuación.</li> <li>3. Diferentes conductas que el cliente puede adoptar.</li> <li>4. ¿Qué es la acogida?</li> <li>5. Contacto.</li> <li>6. Comportamiento visual.</li> <li>7. ¿Está nuestro cliente contento?</li> <li>8. Habilidades verbales.</li> <li>9. Atención telefónica a los clientes.</li> <li>10. Estructura de la conversación telefónica.</li> <li>11. Preparación y recepción de llamadas.</li> </ol>

	<p><b>TEMA 5: Reclamaciones.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción.</li> <li>2. Hojas de reclamaciones.</li> <li>3. Arbitraje de consumo.</li> <li>4. Tratamiento de las quejas o reclamaciones.</li> <li>5. Gestión de las reclamaciones.</li> <li>6. Esquema de un sistema de gestión de reclamaciones.</li> <li>7. Lo que no hay que hacer.</li> </ol> <p><b>TEMA 6: Fidelización.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La fidelidad del cliente: objetivo de la empresa.</li> <li>2. Concepto de lealtad.</li> <li>3. La fidelización de clientes genera beneficios.</li> <li>4. La gestión de la lealtad.</li> <li>5. La escalera de la lealtad.</li> <li>6. Modelo "Servicios y Beneficios".</li> </ol> <p><b>TEMA 7: Satisfacción del cliente.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción.</li> <li>2. Principios para lograr la satisfacción del cliente.</li> <li>3. ¿Cómo medir la satisfacción de los clientes?</li> <li>4. ¿De qué clientes estamos hablando?</li> </ol> <p><b>TEMA 8: Calidad y servicios.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción.</li> <li>2. La importancia de la calidad en el sector turístico.</li> <li>3. La gestión de la calidad de los servicios turísticos.</li> <li>4. Normas de calidad del servicio.</li> <li>5. Caza de errores: a la conquista de cero defectos.</li> </ol>
<p><b>CRITERIOS Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b></p>	<p>El método de evaluación de los conocimientos adquiridos en esta asignatura consiste en la realización de una prueba final, que el alumno deberá superar en forma completa y conjunta (teoría y práctica obligatorias). Esta prueba consta de dos partes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Un test de 20 preguntas (V/F), donde cada pregunta incorrecta, anulará una correcta.</li> <li>○ Una o varias preguntas a desarrollar.</li> </ul>
<p><b>RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joan Elías (2000). <b>Cientes contentos de verdad.</b> Editorial Gestión 2000.</li> <li>- García Ortiz Francisco, García Ortiz Pedro Pablo; Gil Muela Mario (2003). <b>Técnicas de Servicio y Atención al Cliente.</b> Editorial Paraninfo.</li> <li>- Jordi Bachs; Roser Vives. (1997). <b>Servicio y Atención al Cliente en Restauración.</b> Editorial Síntesis.</li> <li>- López García Socorro. (2003). <b>Recepción y Atención al Cliente: Hostelería y Turismo.</b> Editorial Thomson Paraninfo.</li> <li>- Martínez-Ribes, J.M.; Borja Solé L. de ; Carvajal, P. (1999). <b>Fidelizando clientes. Detectar y mantener al cliente leal.</b> Editorial Gestión 2000.</li> <li>- Janelle Barlow; Claus Moller (1998). <b>Una queja es un regalo. Cómo utilizar la opinión de los clientes para la mejora continua.</b> Editorial Gestión 2000.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- John Leppard; Liz Molyneux (1998). <b>Cómo mejorar su servicio al cliente.</b> Editorial Gestión 2000.</li> <li>- Jacques Jurgens Panak (1993). <b>La satisfacción total del cliente.</b> Editorial Mc Graw- Hill de Management.</li> <li>- Peel, M. (1994). <b>El servicio al cliente: Guía para mejorar la atención y la asistencia.</b> Ediciones Deusto, S.A. Bilbao.</li> <li>-Albrecht, K. (1994). <b>Todo el poder al cliente. El nuevo imperativo de la calidad del servicio.</b> Ediciones Paidós.</li> <li>- Didier Niyé (1994). <b>Cómo satisfacer a los clientes: Servicios de calidad y relaciones personalizadas.</b> Ediciones Deusto, S.A. Bilbao.</li> <li>- Rufino Rus, J. I. (1995). <b>Gestión de Calidad en las empresas de Servicios.</b> Publicaciones de Caja de Ahorros San Fernando.</li> <li>- Coopers &amp; Lybrand (1994). <b>Manual de Calidad en el Turismo</b></li> <li>-Abelina Koenes (1995). <b>La formula del servicio excelente.</b> Ediciones Díaz de Santos.</li> <li>- Hayes B. E. (1995). <b>Cómo medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios.</b> Ediciones Gestión 2000.</li> </ul>
<p><b>NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS</b></p>	<p>6</p>