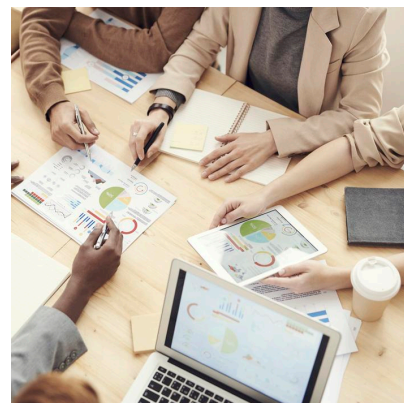









## GESTION DE LA ATENCION AL CLIENTE CONSUMIDOR



	<b>ONLINE</b>		
	<b>Duración:</b> 75 H	<b>Horas presenciales:</b> 0 H	<b>Horas online:</b> 75 H
	<b>Familia:</b> COMERCIO Y MARKETING <b>Área:</b> NO PRL		
	<b>Dirigido a:</b> - Personas empleadas, desempleadas o autónomas, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presenta o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	<b>Objetivos:</b> · 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.		
	<b>Metodología:</b> Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumno interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		
	<b>Contenidos:</b> UD1. Procesos de atención al cliente/consumidor 1.1 Concepto y características de la función de atención al cliente. 1.2 Dependencia funcional del departamento de atención al cliente. 1.3 Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente. 1.4 El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente. 1.5 Variables que influyen en la atención al cliente. 1.6 La información suministrada por el cliente. 1.7 Documentación implicada en la atención al cliente. 1.8 Servicio Post venta. UD2. Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente		

- 2.1 Procesos de calidad en la empresa.
- 2.2 Concepto y características de la calidad de servicio.
- 2.3 Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
- UD3. Aspectos legales en relación con la atención al cliente
- 3.1 Ordenación del Comercio Minorista.
- 3.2 Servicios de la Sociedad de la Informática y el Comercio Electrónico.
- 3.3 Protección de Datos.
- 3.4 Protección al consumidor.