



UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN

DISEÑO MICROCURRICULAR

Código: FT-EX-FCO-02

Versión: 02

Edición: 18/05/2016

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Programa: GERENCIA DEL SERVICIO

Tipo de programa: DIPLOMADO

Facultad Articulada: CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Programa Articulado: MERCADEO, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

Duración: 120 HORAS

Público Objetivo:

Ejecutivos de Servicio al Cliente, funcionarios que trabajan de cara al cliente en los diferentes canales de atención (oficinas, soporte y línea de Atención Telefónica), líderes de servicio.

Justificación:

El servicio es hoy en día uno de los elementos más importantes en la organización, conocer del cliente, identificar los mapas de mercado a través de la organización permite tener una empresa cada día más competitiva.

Objetivo General:

Brindar atención oportuna y eficiente, mediante el conocimiento de los componentes del servicio, normatividad, comunicación y relaciones asertivas a través de metodologías participativas generando así mayor satisfacción en la atención a los clientes y por ende una mejora de la imagen de la compañía.

Objetivos Específicos (Máximo 3):

- Identificar y reconocer de todos los aspectos que se disponen al interior de la empresa como andamiaje para el servicio del cliente interno y que permite el impacto del cliente externo.
- Enfatizar en los participantes la definición y aplicación de servicio que tiene la compañía, así como los componentes que se encuentran de cara al cliente y que son los determinantes para que se nos identifique y diferencie en la prestación del servicio.
- Mejorar la atención al cliente en términos de oportunidad y eficiencia.
- Volver un momento de verdad una oportunidad a través de la profundización en el conocimiento del cliente.

Competencias:

- Observación
- Solución de problemas
- Saber escuchar
- Tolerancia para el contacto
- Preocupación por los demás

Conocimientos Previos Requeridos:

Ninguno

2. ESTRUCTURA		
Módulos	Temas y Subtemas	Intensidad Horaria
CONCEPTOS BÁSICOS	➤ Significado del servicio. ➤ Cultura organizacional (misión, visión, valores). ➤ El triangulo del servicio (estrategias, personas y sistemas). ➤ Como actuar con el cliente desde la fortalezas y no desde las debilidades.	12 horas
MOMENTOS DE VERDAD	➤ Conocer y entender las necesidades de los clientes. ➤ Satisfacción a través de la atención y del servicio. ➤ Actitudes, palabras y lenguaje, saludos y despedidas. ➤ El manejo de la palabra No y su incidencia sobre el servicio al cliente interno y externo.	12 horas
EL SERVICIO DESDE LA CONCIENCIA	➤ Sensibilización hacia dar servicio a los demás ➤ El servicio como misión de vida y entrega a los demás	20 horas
EL SERVICIO EN SI MISMO	➤ Fundamentos del servicio ➤ Servicio, sentidos, sentir, sentirme, servirme ➤ Cómo me sirvo (mi proyecto de vida) ➤ Los ámbitos del servicio personal ➤ Empatía y servicio al cliente	
EL SERVICIO EN LA ORGANIZACIÓN	➤ Contenido: • La estructura de la organización para el servicio • El cliente interno y el servicio • El servicio y mi puesto de trabajo • Los valores ➤ Las relaciones: • Los tipos de relaciones • El arte de hacer relaciones • Las relaciones laborales: Con los clientes internos, con los clientes externos ➤ La comunicación asertiva: • La comunicación como herramienta • Mi comunicación • Comunicación, escucha y asertividad • La comunicación asertiva ➤ La comunicación: • Ascendente, • Descendente, • Interna y externa • La comunicación como habilidad: que requiere?, que poseo?, plan de acción.	20 horas

	➤ Trabajo en equipo: • Fundamentación: Los constitutivos del trabajo en equipo • Mi puesto y el trabajo en equipo • El trabajo en equipo: que requiere?, que tenemos?, plan de acción • El trabajo en equipo como base de la productividad en la empresa.	
GERENCIA DEL SERVICIO	➤ Servicio: • Definiciones, • Claves del servicio. ➤ Atencion: • Elementos de la atención • Taller atención a la gente • Casos exitosos ➤ La calidad del servicio: • Definición, parámetros, premisas y determinantes de la calidad del servicio. • La filosofía de la calidad del servicio, dimensiones de la calidad del servicio, necesidades y expectativas del cliente. ➤ La evaluación del cliente de la calidad del servicio: • Dimensiones utilizadas por el cliente para evaluar la calidad del servicio. • Manejo de quejas y reclamos, ciclo de vida de las relaciones con el cliente, la retroalimentación del cliente como clave del mejoramiento continuo del servicio, taller momentos memorables. • PQRSD-PQRSF. (peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, denuncias y felicitaciones)	20 horas
GESTIÓN DEL CRM EN EL SERVICIO	➤ CRM: Conceptualización. ➤ Relación con el marketing y el servicio. ➤ Estrategias de CRM. ➤ Tecnología al servicio del CRM. ➤ E-CRM: CRM por internet. ➤ Análisis del comportamiento del usuario del servicio.	12 horas
MARKETING RELACIONAL	➤ El proceso ➤ Relaciones con los clientes ➤ La asertividad ➤ Etnomarketing ➤ Endomarketing.	12 horas

LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE	➤ Fidelización de los clientes, una responsabilidad de todos. ➤ Componentes de la comunicación. ➤ La comunicación como medio para la identificación y satisfacción del cliente. ➤ La gestión del servicio y los medios de comunicación. ➤ Auto evaluación y propuesta de mejoramiento de la actitud del servicio.	12 horas
3. METODOLOGÍA		
Estrategias didácticas: • El desarrollo temático se logrará haciendo uso de problemitas de la vida real en la compañía desde la focalización en el servicio con la remisión relacional, comunicacional y de trabajo en equipo. • Aplicando metodologías activas de aprendizaje, se logrará que interioricen los contenidos y se sensibilicen frente a la importancia de aplicarlos como estrategia y herramienta de mejoramiento de su desempeño personal.		
4. CONFERENCIANTES. La Universidad se reserva el cambio de docentes Responsabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		