

UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES EDUCACIÓN CONTINUA

DOCENTE: Jennifer Fiorella Alva Cuba

HORARIO DEL CURSO: Lunes y miércoles: 7.00 pm 10:00pm

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso va dirigido a entrenar a los participantes en herramientas estratégicas para el desarrollo de habilidades de servicio, buscando ofrecer un servicio de calidad en la atención al cliente interno y/o externo, desarrollando nuevas actitudes y procedimientos de trabajo que vayan más allá de los estándares esperados en la calidad y permita la integración del personal a los procedimientos de servicio al cliente. Además propicia la integración e identificación del personal hacia una misma cultura de servicio que promueva la motivación y la práctica de actitudes favorables, brindando así un servicio extraordinario en las diversas áreas en las que laboran.

Este curso está dirigido a profesionales de organizaciones públicas y privadas, dependientes o independientes, líderes de equipo o público en general que esté interesado en incorporar nuevos aprendizajes.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Al final de este curso, los estudiantes habrán adquirido las habilidades y el conocimiento para:

1. Reconocer las habilidades personales y técnicas necesarias para convertir el servicio al cliente en una ventaja competitiva de su organización.
2. Promover la práctica de habilidades de comunicación efectiva que fortalezca las relaciones de servicio entre colaboradores dentro de la organización y en situaciones de atención, considerando las necesidades y exigencias del cliente.
3. Identificar los cuellos de botella de la organización que interfiere en la atención al cliente y plantear rutas de acción.
4. Diseñar estrategias para mejorar las actitudes e imagen personal que se refleja en beneficio de la imagen de la organización.
5. Conformar equipos de trabajo orientados al desarrollo de habilidades interpersonales de servicio.
6. Comprender y valorar la importancia de mejorar los estándares de atención al cliente incorporando prácticas efectivas para el adecuado manejo de las quejas, objeciones y/o reclamos.
7. Aplicar herramientas para la gestión emocional en el proceso de atención y comunicación para brindar un servicio de calidad.

TEMARIO:

- Parte I: Conociéndome y conociendo a mis clientes.
- ✓ Desarrollo de la personalidad: ¿quién soy yo?
- ✓ Perfil de nuestra personalidad
- ✓ El síndrome de burnout
- ✓ Manejando el estrés

- ✓ Aprendiendo a vivir con los cambios: el arte de la flexibilidad
- ✓ Las necesidades y expectativas de mis clientes.

- Parte II: Más allá de un buen servicio: El Servicio Extraordinario
El modelo de la organización orientada al cliente
 - ✓ Quién es el cliente
 - ✓ La cadena cliente – proveedor
 - ✓ El cliente externo y el cliente interno
 - ✓ La importancia del trabajo en equipo como factor clave en el éxito del servicio extraordinario
 - ✓ ¿Por qué un buen servicio ya no es suficiente?: el servicio extraordinario
 - ✓ El proceso de servicio al cliente

- Parte III: La comunicación efectiva para la atención de Calidad
 - ✓ El proceso de comunicación
 - ✓ Las barreras en la comunicación
 - ✓ Tipos de comunicación. Cómo influyen los gestos y las palabras en el contacto con el cliente:
La comunicación verbal
La comunicación no verbal
 - ✓ Estilos de comportamiento del emisor y receptor: técnicas para afrontar a los diferentes clientes
 - ✓ Técnicas para una comunicación efectiva
 - ✓ La comunicación en la mejora de los procesos de facilitación de la interacción con el cliente: quejas, objeciones y reclamos.

- Parte IV: Gerenciando las Emociones para las relaciones de servicio
 - ✓ Las emociones y su impacto directo en la conducta
 - ✓ Reconocimiento de mis emociones.
 - ✓ Manejo de mis emociones.
 - ✓ Componentes de la Inteligencia Emocional:
 - Intrapersonal
 - Interpersonal
 - Flexibilidad y Adaptación al Cambio.
 - Estado de ánimo.
 - ✓ Mecanismos de descarga emocional.
 - ✓ Manejo de la frustración.

- Parte V: Simuladores: Casuística. Dramatizaciones.

MATERIALES DEL CURSO

- Casuística de casos prácticos para aplicar los conceptos en clase.
- Dinámicas grupales.
- Lecturas especializadas.
- Trabajos individuales en clase.

LECTURAS RECOMENDADAS

- Acosta, J. (2011). Trabajo en equipo- 1ª ed. Madrid. Pozuelo de Alarcón.
- Amorós, Díaz y León. (2006). Toma de decisiones para Negocios. Casos prácticos. Vol. 2. USAT.
- Bell, A. (2004). Aprenda a tratar con personas conflictivas. Madrid: Gestión 2000.
- Montes de Oca, J.H. (2014). Comunicación asertiva y trabajo en equipo. Resultados de un programa de intervención en los supervisores de una empresa. Propósitos y representaciones, 2(2), 121-196. Recuperado de <http://bit.ly/2h2XdYv>
- Palomo, M. (2012). Liderazgo y motivación de equipos de Trabajo. 5ta ed. Madrid. ESIC
- Pereira Silva, P.J. (2016). Comunicación asertiva como determinante en el clima organizacional y su incidencia en la consecución de objetivos en las empresas del sector público. (Tesis de maestría). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá. Recuperado de <http://bit.ly/2uCpecQ>
- Robbins, S. y Judge, T. (2009). Comportamiento organizacional. 13 ed. México: Pearson. Prentice Hall.
- Senge, P. (2009). La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje. 2 ed. Buenos Aires: Granica.
- Vargas, M. (2007). Calidad en el Servicio. 20 ed. Bogotá: Ecoe.

METODOLOGÍA DEL CURSO

El curso se compone de la revisión de conceptos y teoría que luego serán contrastados con la realidad a través del análisis de casos y ejemplos. Como parte de la metodología del curso se trabajará con el aprendizaje colectivo y colaborativo, donde el docente desempeñará un rol de facilitador para la construcción del conocimiento, teniendo en cuenta la experiencia y el know-how de los participantes del curso.

Se ha considerado establecer un esquema metodológico que tendrá en cuenta lo siguiente:

1. **Exposición y debate:** Los conceptos son explicados por el docente quien además traerá a clase ejemplos y casos reales para contextualizar la explicación. Los participantes tendrán un rol activo al intervenir con sus comentarios y análisis sobre los casos presentados, propiciándose de esa manera un debate académico que permitirá un entendimiento amplio de los temas abordados.
2. **Práctica y retroalimentación:** Los participantes son motivados a debatir, analizar y comentar los casos presentados por el docente, así como los ejercicios preparados para las sesiones. De esta forma, ponen en práctica la teoría y se ejercitan en la toma de decisiones sobre casos reales. Esta interacción permite la retroalimentación constante de sus desempeños.

CALIFICACIÓN

Se utilizará para el curso el siguiente sistema de calificación de 20 puntos.

	Porcentaje de Nota Final	Puntos
Participación en clase	10%	2
Trabajo individual	25%	5
Trabajo grupal	25%	5
Evaluación Final	40%	8
Total	100%	20

ASISTENCIA

Se espera que los estudiantes asistan a todas las sesiones de clase. Las discusiones son una parte integral de la experiencia de aprendizaje del curso. La frecuencia y la calidad de su participación y contribución en estas discusiones tendrán una relación directa y significativa con los beneficios a corto y largo plazo del curso. Se debe avisar con anticipación al docente a cargo del curso si el alumno no puede asistir a clase.

PARTICIPACIÓN Y PREPARACIÓN PARA LAS CLASES

La participación en clase es una parte importante de la experiencia de aprendizaje en este curso, ya que la riqueza de la experiencia de aprendizaje dependerá en gran medida del grado de preparación de todos los estudiantes antes de cada sesión de clase. Además, un curso que incorpora el uso frecuente de análisis de casos para ilustrar la aplicación práctica de conceptos y prácticas, requiere que el alumno prepare los casos de manera diligente y exhaustiva, y ofrezca activamente los resultados de los análisis y conclusiones derivados, así como recomendaciones durante cada sesión de clase.

Con respecto a los análisis de casos, los estudiantes deben preparar y compartir con diligencia el resultado de sus análisis con la clase. Los estudiantes ofrecerán sus opiniones en entornos de grupo muchas veces en sus carreras; por lo tanto, la participación en clase sirve para preparar a los estudiantes para esta experiencia de negocios.

ASIGNACIONES DE CASOS

Se asignará casuística de forma individual y grupal durante la duración del curso. El desarrollo de los casos equivale al 25 por ciento cada uno que sumarán al promedio final.

TRABAJO FINAL

El trabajo final se realizará el 09 del mes de octubre y representa el 40 por ciento de la calificación final. Los detalles sobre el contenido y el formato del trabajo final se tratarán en clase.