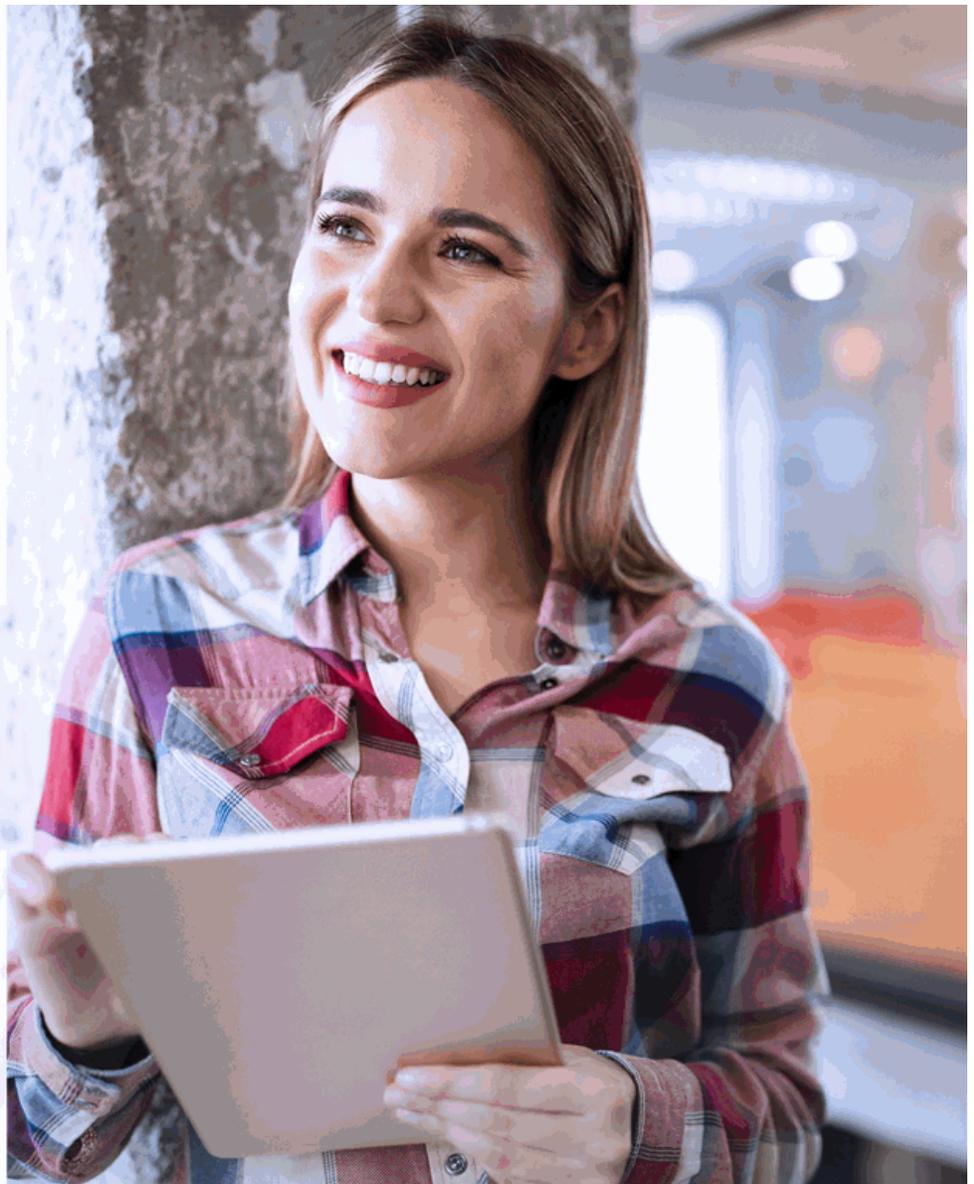




**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Experto Azafato/a de Congresos y Eventos + Maestría Internacional en Atención al Cliente



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Experto Azafato/a de Congresos y Eventos + Maestría Internacional en Atención al Cliente

**DURACIÓN:**

1.200 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.795 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Maestría Experto Azafato/a de Congresos y Eventos con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

- Titulación de Maestría Internacional en Atención al Cliente con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA



La presente titulación es propia de Educa Business School de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Se expide en virtud de la Ley Orgánica de Universidades de 2001 y de la Ley Orgánica de Universidades de 2007. La presente titulación es propia de Educa Business School de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Se expide en virtud de la Ley Orgánica de Universidades de 2001 y de la Ley Orgánica de Universidades de 2007. La presente titulación es propia de Educa Business School de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Se expide en virtud de la Ley Orgánica de Universidades de 2001 y de la Ley Orgánica de Universidades de 2007.

Descripción

En el ámbito de la hostelería y el turismo, es necesario conocer los diferentes campos de los que se puede encargar una azafata/auxiliar dentro del área profesional de ferias y congresos. Así, con la presente Maestría Experto Azafato/a de Congresos y Eventos se pretende aportar los conocimientos necesarios para saber recibir y acompañar a los asistentes a un congreso o evento, facilitando los elementos necesarios para el desarrollo del mismo y atendiendo a las necesidades especiales de los asistentes en el caso de que éstas existan.

Esta Maestría en Atención al Cliente: Calidad en el Servicio le ofrece una formación especializada en la materia. En el ámbito del comercio y marketing, es necesario conocer los diferentes campos de la atención al cliente, consumidor o usuario, dentro del área profesional de la compraventa. Así, con en Atención al Cliente: Calidad en el Servicio se pretende aportar los conocimientos necesarios para la gestión de la atención al cliente/consumidor/usuario y las técnicas de información y atención al cliente/consumidor/usuario.



Objetivos

- Identificar la estructura del mercado turístico.
- Aplicar las técnicas de comunicación y atención al cliente para conseguir la máxima calidad de servicio y satisfacción del cliente desde su perspectiva.
- Identificar las instalaciones y equipamientos de los lugares más característicos para la celebración de eventos, así como saber utilizar los equipos y elementos más habituales en el desarrollo de eventos.
- Proyectar una imagen personal cuidada y armoniosa, a través del gesto, del movimiento y de la correcta utilización del maquillaje, peinado y complementos, interiorizando hábitos de comportamiento de forma que en todo momento se actúe con corrección y autocontrol.
- Analizar las situaciones más habituales de solicitud de información.
- Utilizar y explotar las posibilidades básicas de los programas más usuales.
- Aplicar las normas y medidas necesarias a adoptar para evitar, y en su caso, saber actuar ante situaciones de emergencia.
- Adquirir la capacidad necesaria para el correcto uso de las estrategias del servicio para dar a conocer las distintas técnicas para medir la satisfacción del cliente y diagnosticar los errores cometidos.

A quién va dirigido

Está dirigida a los profesionales del mundo de la hostelería y el turismo, dentro del área profesional ferias y congresos, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con las azafatas/auxiliares de congresos.

Para qué te prepara

La presente Maestría Experto Azafato/a de Congresos y Eventos le prepara para el conocimiento de técnicas de hostelería y turismo, así como la situación de trabajo en la familia profesional en la que se integra la acción formativa principal, incidiendo en las técnicas de comportamiento de las azafatas y sus diferentes funciones. Esta Maestría en Atención al Cliente: Calidad en el Servicio le prepara para gestionar y ejecutar los planes de atención al cliente/consumidor/usuario de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

Salidas Laborales

Profesionales en el ámbito de la hostelería y turismo que desarrollen su actividad profesional tanto por cuenta propia como ajena, en empresas públicas o privadas, dedicadas al estudio, promoción, implantación y gestión relativos a las azafatas/auxiliares de congresos.

Calidad

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinnúmero de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. MAESTRÍA EXPERTO AZAFATO/A DE CONGRESOS Y EVENTOS

MÓDULO 1. AZAFATA DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Presupuesto para la organización de eventos
2. Tipos de eventos atendiendo a su ámbito
3. Informe del proyecto pormenorizado de la organización del evento
 - 1.- Lugar, fecha y horarios
 - 2.- Calendario de actos
 - 3.- Recursos económicos. Estimación real de los medios
 - 4.- Asistentes -confirmaciones, anulaciones, en reserva
 - 5.- Logística: Sala -luz, ruido, tamaño, mesas, visibilidad, distribución de asientos, temperatura y ventilación-, catering, medios audiovisuales e informáticos, decoración, seguridad, reserva de hoteles, transporte, restauración, recursos humanos y outsourcing
 - 6.- La documentación posterior al evento: informe, resultados económicos, la certificación del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROTOCOLO PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. ¿Qué es el protocolo?
 - 1.- Definiciones de protocolo
 - 2.- Evolución histórica del protocolo
 - 3.- El sesgo cultural en el protocolo

2.Actos públicos/Actos privados

3.Normativa sobre protocolo

4.Tipos de protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN

1.Principales elementos de comunicación

1.- Emisor

2.- Receptor

3.- Mensaje

2.Niveles de la comunicación

1.- Según la cantidad de miembros

2.- Según la forma de comunicación

3.- Distancia en las relaciones interpersonales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

1.Habilidades para la comunicación y la competencia comunicativa

1.- La escucha activa

2.- La empatía

3.- Resolución de conflictos y negociación

4.- Persuasión y credibilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1.Tipos de clientes

1.- Tipología de clientes en relación a su personalidad

2.Necesidades y atención al cliente

1.- Atención a las expectativas del cliente

3.Satisfacción del cliente

4.Recogida de reclamaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORMACIÓN Y RECURSOS DE UTILIDAD PARA EL USUARIO

1.Organización de eventos como medio para construir una identidad

1.- Niveles de comunicación que permiten el desarrollo de un evento

2.Factores en la satisfacción del servicio prestado al cliente

1.- Pirámide de las necesidades de Maslow en la organización de eventos.

3.Accesibilidad universal en el diseño del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ASISTENCIA TÉCNICA DE EVENTOS

1.Descripción de la organización técnica del evento

2.Plan de calidad turístico y de eventos en España

1.- Características de los sistemas de Calidad diseñados

3.Asistente de eventos

1.- Problemas técnicos ante la asistencia de eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. IMAGEN PERSONAL

1.Estética corporal

- 1.- Corrección y armonía en el vestir
2. Relajación y control mental
3. Expresión corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

1. Sistema nacional de protección civil
2. Primeros auxilios en eventos. Botiquín
 - 1.- Conservación y buen uso del botiquín
3. Importancia de la higiene

MÓDULO 2. ORGANIZACIÓN, GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones
3. Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de las reuniones
5. Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Tipos de Eventos
2. Organización del Evento
3. Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4. Medios de cobro y pago

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Introducción
2. Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
3. El regalo en la empresa
4. La etiqueta
5. Ubicación correcta de símbolos
6. La imagen de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN

1. Conceptualización de la comunicación
2. Elementos constitutivos de la comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Obstáculos en la comunicación
5. Tipos de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2. La formación comunicacional de los directivos
3. Cómo hablar en público
4. El comportamiento ante los medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

1. Cómo se planifica un acto público
2. Tipos de eventos
3. La seguridad en los actos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

1. Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
2. Formas de composición organizativa de las ferias
3. Organización de un recinto ferial
4. Gestión operativa de un Certamen ferial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

1. Oferta y demanda de eventos feriales
2. Marketing y comunicación ferial
3. Comercialización del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

1. Precongreso
2. El congreso: días previos y celebración
3. La candidatura
4. El Comité Organizador
5. Definición del Congreso
6. Naturaleza del Congreso
7. Objetivos
8. PARTICIPANTES
9. Elección de sede y fechas
10. La imagen
11. Medios
12. Comité de honor

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

1. Las Secretarías del Congreso
2. Financiación del Congreso
3. Postcongreso

UNIDAD DIDÁCTICA 12. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

1. Deporte y protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de Marketing
4. Elaboración de Presupuestos

5. Creación del Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo
9. Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. Beneficios socioeconómicos fundamentales
3. Beneficios sociopolíticos
4. Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. Intereses y exigencias de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

1. Habilidades conversacionales
2. La escucha
3. La empatía
4. La reformulación
5. La aceptación incondicional
6. La destreza de personalizar
7. La confrontación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

1. La publicidad
2. Identidad corporativa

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

1. ¿Por qué organizamos un evento?
2. Planificación y Organización del Evento
3. Formato del evento y Público objetivo
4. Presupuesto y programación
5. Destino y lugar de celebración

MÓDULO 3. PROTOCOLO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

1. Origen
2. Clases
3. Utilidad
4. Usos sociales
5. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE PROTOCOLO I

1. Protocolo social
2. Protocolo académico
3. Protocolo internacional
4. Protocolo de banquetes y comidas
5. Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE PROTOCOLO II

1. Protocolo en actos deportivos
 - 1.- Normativa y reglamento y control de premiaciones
2. Protocolo de atención
3. Protocolo de seguridad
 - 1.- Escoltas en los vehículos
 - 2.- Caravanas de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DEPARTAMENTO DE PROTOCOLO

1. Formación y funciones del departamento de protocolo
2. Normas y usos habituales en actos protocolarios
 - 1.- Decoración y elementos escenográficos
 - 2.- Disposición de autoridades
 - 3.- Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa
 - 4.- Orden de intervenciones y jerarquía
 - 5.- Atención a invitados y acompañantes
3. Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos
 - 1.- Fórmulas de resolución

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS

1. ¿Por qué organizamos un acto?
2. Planificación y Organización del acto
3. Formato del acto y Público objetivo
4. Planificación, Presupuesto, Programación y Organización
 - 1.- Planificación
 - 2.- Presupuesto
 - 3.- Programación

4.- Organización

5. Destino y Lugar de Celebración

6. Ejemplo de diseño y planificación de un evento deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

1. Técnicas de comunicación y habilidades sociales aplicadas al protocolo

1.- Técnicas de comunicación

2.- Habilidades sociales

2. Análisis del proceso de comunicación y sus barreras

1.- Barreras en la comunicación

3. Resolución de problemas de comunicación

4. Análisis de características de la comunicación

1.- Comunicación de estilo agresivo

2.- Comunicación de estilo pasivo

3.- Comunicación de estilo asertivo

5. Aplicación de comportamientos básicos en función de tipologías y diferencias culturales

6. Trato adecuado a personas con discapacidad

1.- Normas de protocolo con usuarios discapacitados

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

1. La utilización de los medios de comunicación de masas en el protocolo

2. Televisión

3. Radio

4. Prensa escrita

5. Internet

6. La publicidad

1.- Publicidad ilícita

2.- Publicidad subliminal

3.- Publicidad engañosa y desleal

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HABILIDADES SOCIALES

1. ¿Qué son las habilidades sociales?

2. Cómo se desarrollan las habilidades sociales

3. Asertividad

4. Empatía

1.- Fases de la empatía

2.- Efectos de la empatía

3.- Dificultades de la empatía

5. Autoestima

6. Escucha activa

7. Negociación

8. Técnicas de comunicación y relación grupal

9.Composición de equipos

- 1.- Causas por las que puede fracasar un equipo
- 2.- Eficacia de los equipos

10.Dinámica de grupos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HABILIDADES DIRECTIVAS

1.Introducción

2.Factores de conocimiento e inteligencia: evolución de las competencias directivas: Esquema de Koontz y O'Donnell

- 1.- Gestión del Conocimiento
- 2.- La Inteligencia competitiva organizacional
- 3.- Relación entre Gestión del Conocimiento e Inteligencia Competitiva
- 4.- Evolución de las competencias directivas- Esquema de Koontz y O'Donnell

3.Factores de experiencia

- 1.- Anclas de Carrera

4.Factores de personalidad

- 1.- Determinantes de la personalidad
- 2.- Autoconocimiento
- 3.- Valores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREATIVIDAD

- 1.Pensamiento creativo
- 2.Fases de la creatividad
- 3.Búsqueda de nuevas ideas
- 4.Técnicas de creatividad
- 5.Gestión creativa de conflictos

MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

- 1.Definición de comunicación
- 2.Elementos y características de la comunicación
- 3.Teorías comunicativas según el contexto
- 4.Obstáculos comunicativos
- 5.Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

- 1.Habilidades de la conversación
- 2.Proceso de escucha
- 3.Importancia de la empatía en la comunicación
- 4.Reformulación de comunicaciones
- 5.Cómo lograr la aceptación incondicional
- 6.La habilidad de personalizar

7.La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- 1.Introducción a la comunicación en la empresa
- 2.Proceso y elementos de la comunicación
- 3.La calidad de las comunicaciones empresariales
- 4.Tipos de comunicaciones: Internas y externas
- 5.Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

- 1.PCI o políticas de comunicación integral
- 2.Formación en comunicación de los directivos
- 3.Organización de actos públicos
- 4.Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

- 1.Introducción al proceso directivo
- 2.Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

- 1.Conceptualización de motivación laboral
- 2.Características y teorías de la motivación laboral
- 3.Liderazgo y motivación
- 4.Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

- 1.Definición de negociación
- 2.Características generales de la negociación
- 3.Elementos fundamentales
- 4.Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

- 1.Definición de estrategias en negociación
- 2.Técnicas y tácticas de negociación
- 3.Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

- 1.Características de la personalidad del negociador
- 2.Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
- 3.Propiedades del sujeto negociador
- 4.Tipos de sujetos negociadores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

- 1.Marketing transaccional vs. Marketing relacional
- 2.Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
- 3.Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
- 4.Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional

5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 18. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas

3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas
4. Análisis de los públicos
5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Introducción y planteamiento general
2. Consideraciones preliminares
3. La personalización de las relaciones con la prensa
4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
5. Gestión y coordinación
6. Desarrollo del trabajo del gabinete

MÓDULO 5. MANIPULADOR DE ALIMENTOS. AZAFATAS Y PROMOTORAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

1. El manipulador en la cadena alimentaria
 - 1.- La cadena alimentaria
 - 2.- Definición de manipulador de alimentos
 - 3.- Obligaciones del manipulador de alimentos
2. Concepto de alimento
 - 1.- Características de los alimentos de calidad
 - 2.- Tipos de alimentos
3. Nociones del valor nutricional
 - 1.- Concepto de nutriente
 - 2.- La composición de los alimentos

- 3.- Proceso de nutrición
- 4.Recomendaciones alimentarias
- 5.El nuevo enfoque del control basado en la prevención y los sistemas de autocontrol

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ALTERACIÓN DE LOS ALIMENTOS

- 1.Concepto de contaminación y alteración de los alimentos
- 2.Causas de la alteración y contaminación de los alimentos
- 3.Origen de la contaminación de los alimentos
- 4.Los microorganismos y su transmisión
 - 1.- Factores que contribuyen a la transmisión
 - 2.- Principales tipos de bacterias patógenas
- 5.Las enfermedades transmitidas por el consumo de los alimentos
 - 1.- Clasificación de las ETA
 - 2.- Prevención de enfermedades transmisibles
 - 3.- Tipos de enfermedades de transmisión alimentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MANIPULACIÓN HIGIÉNICA DE LOS ALIMENTOS

- 1.Los métodos de conservación de los alimentos
 - 1.- Métodos de conservación físicos
 - 2.- Métodos de conservación químicos
- 2.El envasado y la presentación de los alimentos
- 3.Prácticas higiénicas y requisitos en la elaboración, transformación, transporte, recepción y almacenamiento de los alimentos
 - 1.- Prácticas higiénicas y manipulación de alimentos
 - 2.- Requisitos en la recepción y el transporte
 - 3.- Requisitos de almacenamiento de los alimentos
- 4.Requisitos de los materiales en contacto con los alimentos
- 5.Higiene del manipulador
 - 1.- Hábitos del manipulador
 - 2.- Estado de salud del manipulador
- 6.Higiene en locales, útiles de trabajo y envases
- 7.Limpieza, desinfección y control de plagas
 - 1.- Limpieza y desinfección
 - 2.- Control de plagas
 - 3.- Desinsectación y desratización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLAN DE GESTIÓN DE ALÉRGENOS. ETIQUETADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

- 1.Principios del control de alérgenos
- 2.Reglamento sobre la información alimentaria facilitada al consumidor
 - 1.- Principales novedades
 - 2.- Información sobre la presencia en los alimentos de sustancias susceptibles de causar alergias e

intolerancias

3. Nuevas normas

1.- Cómo facilitar la información al consumidor

4. Legislación aplicable al control de alérgenos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS EN EL SECTOR DE LAS AZAFATAS Y PROMOTORAS

1. Profundización en los aspectos técnicos-sanitarios específicos del sector de las azafatas y promotoras

1.- Manipulación de alimentos de mayor riesgo

2. Los sistemas de autocontrol APCC y GPCH propios del sector de las azafatas y promotoras

1.- Conceptos básicos del APPCC

2.- Objetivos y ventajas del APPCC

3.- Fases del APPCC

3. Cumplimentación e importancia de la documentación de los sistemas de autocontrol: trazabilidad

1.- La trazabilidad en la cadena alimentaria

PARTE 2. MAESTRÍA INTERNACIONAL EN ATENCIÓN AL CLIENTE

MÓDULO 1. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Concepto y características de la función de atención al cliente:

1.- Empresas fabricantes

2.- Empresas distribuidoras

3.- Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente

4.- El defensor del cliente: pautas y tendencias

2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:

1.- Organización funcional de las empresas: Organigrama

2.- Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas

3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:

1.- Naturaleza

2.- Efectos

3.- Normativa: productos y ámbitos regulados

4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:

1.- Marketing relacional

2.- Relaciones con clientes

3.- Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales

4.- Obtención y recogida de información del cliente

5. Variables que influyen en la atención al cliente:

- 1.- Posicionamiento e imagen
- 2.- Relaciones públicas

6. La información suministrada por el cliente

- 1.- Análisis comparativo
- 2.- Naturaleza de la información
- 3.- Cuestionarios
- 4.- Satisfacción del cliente
- 5.- Averías
- 6.- Reclamaciones

7. Documentación implicada en la atención al cliente

- 1.- Servicio Post venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Procesos de calidad en la empresa

2. Concepto y características de la calidad de servicio

- 1.- Importancia
- 2.- Objeto
- 3.- Calidad y satisfacción del cliente

3. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente

- 1.- Elementos de control
- 2.- Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente
- 3.- Medidas correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Ordenación del Comercio Minorista:

- 1.- Contenido
- 2.- Implicaciones en la atención a clientes

2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico

- 1.- Contenido
- 2.- Implicaciones

3. Protección de Datos:

- 1.- Contenido
- 2.- Implicaciones en las relaciones con clientes

4. Protección al consumidor:

- 1.- Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios
- 2.- Regulación autonómica y local de protección al consumidor

MÓDULO 2. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO DE PROTECCIÓN DEL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO EN

CONSUMO

1. Normativa en defensa del consumidor
2. Instituciones y organismos de protección al consumidor
3. Procedimientos de protección al consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO

1. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente
2. Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor
3. Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias
4. Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores
5. Proceso de tramitación y gestión de una reclamación
6. Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones
7. La actuación administrativa y los actos administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIACIÓN Y ARBITRAJE EN MATERIA DE CONSUMO

1. Conceptos y características
2. La mediación
3. El arbitraje de consumo
4. Procedimientos de arbitraje en consumo
5. Documentación en procesos de mediación y arbitraje

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN CONSUMO

1. Conceptos
2. Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones
3. Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones
4. Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

1. Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor)
2. Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones
3. Caracterización del proceso de negociación
4. Planes de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTROL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

1. Tratamiento de las anomalías
2. Procedimientos de control del servicio
3. Indicadores de calidad
4. Evaluación y control del servicio
5. Análisis estadístico

MÓDULO 3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y BASES DE DATOS EN

CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INFORMACIÓN Y FUENTES EN CONSUMO

1. Tipos de fuentes e información en consumo
2. Fuentes de información institucional en consumo:
 - 1.- Europea
 - 2.- Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación en Consumo)
 - 3.- Autonómica
 - 4.- Local
3. Fuentes de información primaria en consumo:
 - 1.- Monografías
 - 2.- Informes técnicos
 - 3.- Revistas (publicaciones periódicas o seriadas)
 - 4.- Catálogos de productos
 - 5.- Normas
 - 6.- Materiales no convencionales y otros
 - 7.- Encuestas a consumidores
4. Fuentes de información secundaria en consumo:
 - 1.- Índices bibliográficos
 - 2.- Índices KWIC/KWOC
 - 3.- Índices de contenidos
 - 4.- Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales)
 - 5.- Directorios
5. Soportes de la información:
 - 1.- Impresos o escritos
 - 2.- Edición electrónica
 - 3.- Multimedia: información audiovisual
6. Normativa reguladora del tratamiento de la información:
 - 1.- Propiedad intelectual
 - 2.- Derechos de autor
 - 3.- Protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN CONSUMO

1. Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios Web, institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias
2. Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes
 - 1.- Autoría
 - 2.- Filiación
 - 3.- Actualidad
 - 4.- Propósito

- 5.- Audiencia
- 6.- Legibilidad
- 3. Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:
 - 1.- Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad
 - 2.- Estimación coste-rendimiento
- 4. Buscadores de información online:
 - 1.- Bases de datos
 - 2.- Directorios y bibliotecas virtuales
 - 3.- Motores de búsqueda
 - 4.- Metabuscadore

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CATALOGACIÓN Y ARCHIVO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN APLICADAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO

- 1. Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo
- 2. Sistemas de registro de la información y documentación en consumo
 - 1.- Conceptos y características
 - 2.- Tipología. Reclamaciones u otra documentación
 - 3.- Flujo documental
 - 4.- Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta
 - 5.- Funciones y servicios que desarrollan
 - 6.- Los archivos físicos e informáticos de la información
- 3. Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales
- 4. Grabación de archivos en distintos formatos:
 - 1.- Textos
 - 2.- Enriquecidos
 - 3.- Web
 - 4.- Imágenes
 - 5.- Sonidos
 - 6.- Videos
- 5. Codificación de documentos:
 - 1.- Clasificación de documentos y
 - 2.- Niveles de acceso
- 6. Conservación de documentación obsoleta o histórica:
 - 1.- Vigencia de la documentación
 - 2.- Destrucción de documentación obsoleta o histórica
 - 3.- Archivo definitivo u otros
 - 4.- Realización de copias de seguridad
- 7. Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
 - 1.- Manual de Archivo y clasificación de documentos
 - 2.- Catalogación y indización de documentos e información

8.Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:

- 1.- Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información
- 2.- Protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BASES DE DATOS Y CENTROS DOCUMENTALES EN CONSUMO

1.Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC

2.Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores

- 1.- Información a incorporar
- 2.- Estructura de la base de datos: relacionales y documentales
- 3.- Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido
- 4.- Control de redundancia de la información
- 5.- Determinación de administrador/res responsable/s del sistema
- 6.- Claves y niveles acceso a usuarios
- 7.- Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes
- 8.- Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos

3.Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo

- 1.- Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos
- 2.- Cifrado y descifrado de una base
- 3.- Conversión de una base de datos
- 4.- Ordenación
- 5.- Filtrado
- 6.- Validaciones
- 7.- Formularios
- 8.- Informes
- 9.- Subtotales
- 10.- Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos
- 11.- Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos

4.Comandos de las bases de datos

- 1.- Conceptos generales
- 2.- Comandos de manipulación y formato
- 3.- Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros

tablas dinámicas u otros

- 4.- Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros

5.Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos

6.Aplicación de distintos comandos de las bases de datos

- 1.- Búsquedas y consultas de información en materia de consumo
- 2.- Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos
- 3.- Elaboración de informes de la base de datos en consumo

7.Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos

- 1.- Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación

MÓDULO 4. DOCUMENTACIÓN E INFORMES DE CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELABORACIÓN DE BOLETINES Y SÍNTESIS DE INFORMACIÓN EN CONSUMO

1. Terminología de la documentación e información de consumo:
 - 1.- Tesoros y palabras claves en consumo y su normativa
 - 2.- Lenguajes: normativos y documentales
2. Boletines de Información e Informes:
 - 1.- Concepto
 - 2.- Finalidad
 - 3.- Estructura
 - 4.- Composición
3. Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
 - 1.- Forma
 - 2.- Plazos
4. Técnicas y normas gramaticales:
 - 1.- Corrección ortográfica y semántica
 - 2.- Construcción de oraciones
 - 3.- Normas de aplicación de siglas y abreviaturas
 - 4.- Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas
5. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:
 - 1.- Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis
 - 2.- Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos
6. Redacción de documentos profesionales:
 - 1.- Lenguaje escrito
 - 2.- Contenido y su organización: fichas de contenido
 - 3.- Resumen o síntesis
7. Presentación de la documentación:
 - 1.- Fuentes de origen
 - 2.- Cronología
 - 3.- Canales de comunicación y divulgación
 - 4.- Internet/Intranet
8. Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:
 - 1.- Protección de datos
 - 2.- Seguridad y confidencialidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE CONSUMO CON PROCESADORES DE TEXTO

1. Aspecto de los caracteres y letras:

- 1.- Tipo
- 2.- Tamaño
- 3.- Efectos
- 2.Aspecto de un párrafo:
 - 1.- Alineación e interlineado
 - 2.- Espacio anterior y posterior
 - 3.- Sangrías y tabuladores en el texto
 - 4.- Trabajo con la regla
 - 5.- Listas numeradas
 - 6.- Cambio de estilo, viñetas y otros
- 3.Formato del documento:
 - 1.- Auto-formato
 - 2.- Autocorrección
 - 3.- Aplicación de manuales de estilo
- 4.Edición de textos:
 - 1.- Configuración de encabezados y pies de página
 - 2.- Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros
- 5.Documentos profesionales:
 - 1.- Creación y uso de plantillas
 - 2.- Tareas automatizadas
- 6.Creación de un informe personalizado:
 - 1.- Asistente para informes
 - 2.- Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado)
 - 3.- Creación de un auto informe
- 7.Creación de formularios:
 - 1.- Asistente para formularios
 - 2.- Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario
 - 3.- Auto-formulario
 - 4.- Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario
 - 5.- Uso de filtros en formularios
- 8.Impresión de textos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON TABLAS

- 1.Presentación de información con tablas:
 - 1.- Creación de una tabla
 - 2.- Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas
 - 3.- Importación, vinculación y exportación de tablas
- 2.Edición de una tabla:
 - 1.- Movimiento

- 2.- Agregaciones y eliminaciones
- 3.- Búsquedas y reemplazos de datos
- 4.- Copias, cortes y pegados de datos
- 3.Relaciones entre las tablas:
 - 1.- Índices
 - 2.- Conversiones de texto y tablas
- 4.Personalización de la vista Hoja de datos:
 - 1.- Visualización y ocultación
 - 2.- Cambio altura de filas y columnas
 - 3.- Desplazamiento e inmovilización
- 5.Impresión de una hoja de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN CONSUMO CON GRÁFICOS

- 1.Elaboración de representaciones gráficas:
 - 1.- Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad
- 2.Elementos presentes en los gráficos:
 - 1.- Rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes, representación-
- 3.Configuración y modificación de los elementos
- 4.Tipos de gráficos:
 - 1.- de líneas, de áreas, de barras, de columnas o histogramas, polígonos, ojivas, de anillos, de radar, de superficie, de dispersión, burbujas, representación de grafos, sectores o ciclograma, de movimiento, pictogramas u otros a partir de datos convenientemente tabulados
- 5.Creación de un gráfico:
 - 1.- Selección del tipo de gráfico
 - 2.- Selección de los rangos de datos
 - 3.- Agregar una nueva serie de datos al gráfico
 - 4.- Opciones del gráfico
 - 5.- Ubicación del gráfico
- 6.Modificación del gráfico:
 - 1.- Tipo de gráfico
 - 2.- Datos de origen
 - 3.- Opciones de gráfico
 - 4.- Ubicación
 - 5.- Agregar datos y línea de tendencia
 - 6.- Vista en 3D
- 7.Borrado de un gráfico
- 8.Integración de gráficos en documentos

MÓDULO 5. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL

CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Información del cliente:
 - 1.- Quejas
 - 2.- Reclamaciones
 - 3.- Cuestionarios de satisfacción
2. Archivo y registro de la información del cliente:
 - 1.- Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo
 - 2.- Elaboración de ficheros
3. Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa
4. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario
5. Estructura y funciones de una base de datos
 - 1.- Tipos de bases de datos
 - 2.- Bases de datos documentales
 - 3.- Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros
 - 4.- Grabación, modificación y borrado de información
 - 5.- Consulta de información
6. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes
 - 1.- Procedimientos de protección de datos
7. Confección y presentación de informes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:
 - 1.- Elementos: objetivos, sujetos y contenidos
 - 2.- Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo
 - 3.- Comunicación presencial y no presencial
 - 4.- Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
3. Expresión verbal:
 - 1.- Calidad de la información
 - 2.- Formas de presentación
 - 3.- Expresión oral: dicción y entonación
4. Comunicación no verbal
 - 1.- Comunicación corporal
5. Empatía y asertividad:
 - 1.- Principios básicos
 - 2.- Escucha activa

6. Comunicación no presencial:

- 1.- Características y tipología
- 2.- Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica
- 3.- Expresión verbal a través del teléfono
- 4.- Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
- 5.- Reglas de la comunicación telefónica
- 6.- El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo

7. Comunicación escrita:

- 1.- Cartas, faxes
- 2.- Correo electrónico: elementos clave
- 3.- Mensajería instantánea: características
- 4.- Comunicación en las redes (Intra/Internet)