## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Atención y Servicio al Cliente
**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Administración y Dirección de Empresas (PGR-ADE)
**GRUPO:** 2425-T1
**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales
**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Optativo
**ECTS:** 6,0
**CURSO:** 4º
**SEMESTRE:** 2º Semestre
**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

## DATOS DEL PROFESOR

**NOMBRE Y APELLIDOS:** BERTA MARÍA GARCÍA OTERO
**EMAIL:** bmgarcia@uemc.es
**TELÉFONO:** 983 00 10 00
**HORARIO DE TUTORÍAS:** Lunes a las 20:00 horas

**CV DOCENTE:**

Doctora por la Universidad de Valladolid; Máster en Administración y Dirección de Empresas (MBA) por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE-ICAI) y Licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración y en Sociología por la Universidad de Granada. En la actualidad ejerce su labor docente como profesora del Departamento de Ciencias Sociales de la UEMC en el área de Marketing-Comercial.

**CV PROFESIONAL:**

Con casi 20 años de trayectoria laboral, ha sido Adjunta de la Dirección Administrativa-Financiera del Grupo VEGALSA-EROSKI, Formadora Externa en la Confederación de Empresarios de la Coruña en el área de Marketing y Dirección Comercial y Ventas. Cuenta con experiencia en la gestión académica ocupando los cargos de Secretaria Académica de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, Secretaria Académica de la Facultad de Ciencias de la Salud, Vicedecana de la Facultad de Ciencias de la Salud, Vicerrectora de Estrategia e Innovación, Vicerrectora de Estudiantes y Proyección Social y Vicerrectora de Estudiantes y Vida Universitaria en la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC).

**CV INVESTIGACIÓN:**

Durante el período 2015-2022 formó parte de los grupos de investigación *Marketing y Estrategia: Investigación e Innovación* de la UEMC y del GI *Gestión Cultural* como miembro del equipo de comercialización e intermediación, marketing, promoción y comunicación. Ha sido además miembro del *Comité de Ética de la Investigación (CEI)* de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

**DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:**

Desde una perspectiva comercial, esta asignatura resulta esencial para la formación académica del alumno por cuanto le capacita en el conocimiento de los principios básicos de la calidad y atención al cliente, en las diferentes variables que intervienen en dicha interacción social y en el desarrollo de habilidades para la prestación de servicios. Sin necesidad de conocimientos y destrezas previos por parte de alumno, la asignatura analiza a lo largo de siete temas, distintos aspectos fundamentales en la interacción con los clientes, tales como:

la psicología del cliente, las habilidades sociales, el tratamiento de dudas y objeciones, la gestión de quejas y reclamaciones y la fidelización.

Desde este punto de vista, el desarrollo de esta asignatura de carácter optativo, ubicada en la materia de "Comercialización e Investigación de Mercados" del Grado en Administración y Dirección de Empresas, es importante como instrumento eficaz de gestión empresarial, colaborando así en la comprensión y estudio de asignaturas que conforman dicha materia.

En un entorno comercial cambiante y muy competitivo como es el actual, las buenas relaciones con los clientes pueden constituir una ventaja competitiva real de las empresas. La asignatura de Atención y Servicio al Cliente resulta esencial para los alumnos desde el punto de vista competencial, en cuanto les capacita en el conocimiento del cliente y la puesta en práctica de las técnicas de atención que les permitan tener una relación de calidad con los mismos, anticipándose a sus necesidades y desarrollando programas de fidelización.

**CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:**

1. **INTRODUCCIÓN**
    1. La atención al cliente en el proceso de gestión de la calidad de los servicios.
2. **HERRAMIENTAS ÚTILES EN EL TRATAMIENTO CON CLIENTES**
    1. Psicología del cliente.
    2. Habilidades sociales en la prestación de los servicios: la comunicación.
3. **ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL**
    1. Fases de la venta y atención al cliente.
    2. Tratamiento de las objeciones en el proceso de venta.
    3. Gestión de quejas y reclamaciones.
4. **SOBREPASANDO LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES**
    1. Fidelización de clientes.

**RECURSOS DE APRENDIZAJE:**

Para el seguimiento de la asignatura el alumno contará con el material de apoyo elaborado por el docente. Junto con el PDF expuesto en clase, el alumno tendrá que tener en su haber los materiales necesarios para la realización de las actividades programadas tanto presenciales como de trabajo autónomo (ejercicios, casos, vídeos, etc.), así como las lecturas o informes sobre ciertos aspectos de la materia que requieran de un tratamiento especial. Este material estará disponible en la e-campus (plataforma Moodle) y en su caso en el Servicio de Reprografía de la Universidad.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

**COMPETENCIAS GENERALES:**

- CG04. Capacidad para tomar decisiones
- CG06. Comunicación oral y escrita en lengua extranjera
- CG09. Compromiso ético
- CG10. Capacidad para trabajar en entornos de presión
- CG13. Habilidades interpersonales
- CG17. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
- CG21. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético la práctica profesional
- CG22. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG23. Capacidad de desarrollo de habilidades interpersonales
- CG24. Juicio crítico
- CG26. Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales
- CG30. Capacidad para concienciarse de la importancia de difundir y fomentar una actitud de reconocimiento de otras culturas, y de respeto hacia los derechos y libertades fundamentales, la igualdad y

los valores propios de una democracia y de una cultura de paz
- CG32. Capacidad para desarrollar un compromiso ético de respeto a la dignidad humana, los derechos y libertades fundamentales de todas las personas, y la igualdad de hombres y mujeres

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:**

- CE18. Capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica
- CE33. Tener una marcada orientación de servicio al cliente
- CE35. Manejar técnicas de comunicación
- CE42. Motivación por la calidad
- CE44. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE:**

El alumno será capaz de:

- Tener una clara orientación al cliente.
- Saber detectar las necesidades de los clientes.
- Gestionar el trato al cliente para el logro de su satisfacción.
- Identificar la calidad dentro del programa de gestión de atención al cliente.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**


- ALCAIDE, J.C. (2010): Fidelización de clientes. ESIC . ISBN: 9788415986898
- CARRASCO FERNÁNDEZ, S. (2012): Atención al cliente en el proceso comercial. Paraninfo. ISBN: 9788428333573
- VV.AA. (2015): Atención al cliente (ebook). EDITEX. ISBN: 9788490785478


**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**


- BARLOW, J. y MOLLER, C. (2008): Una queja es un regalo: cómo utilizar la opinión de los clientes para la mejora continua. Gestión 2000. ISBN: 8480887648
- BLANCO PRIETO, A. (2008): Atención al cliente. Pirámide. ISBN: 9788436822083
- FERNÁNDEZ ACEBES, J. M. (2011): El itinerario de la fidelización: los siete Jalones a recorrer para conseguir la auténtica lealtad del cliente. Universidad del País Vasco. ISBN: 9788498605648


**WEBS DE REFERENCIA:**

| Web / Descripcion |
|---|
| (http://www.aeerc.com/)<br>Asociación española de expertos en la relación con clientes |
| (http://www.acnielsen.es)<br>Empresa AC Nielsen |
| (http://www.aedemo.com)<br>Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión |
| (http://www.consumo-inc.es)<br>Instituto Nacional de Consumo |
| (https://asociaciondec.org)<br>DEC Asociación para el desarrollo de la experiencia de cliente |
| (http://www.esomar.org)<br>Sociedad Europea de Plan de Marketing y Opinión Pública |
| (http://www.iet.tourspain.es)<br>Instituto de Estudios Turísticos |
| (http://www.ine.es)<br>Instituto Nacional de Estadística |
| (http://www.ixma.org) |

| |
|---|
| Asociación Internacional de Marketing de Experiencias |
| (http://www.marketingmk.com)<br>http://www.marketingmk.com |
| (http://www.mityc.es)<br>Ministerio de Industria, Turismo y Comercio |
| (http://www.ocu.org)<br>Organización de Consumidores y Usuarios |

## PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

### METODOLOGÍAS:

**MÉTODO DIDÁCTICO:**

A lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura se expondrán los contenidos mediante la presentación y explicación de los mismos a través de distintos medios técnicos y ofimáticos para su ilustración.

**MÉTODO DIALÉCTICO:**

Se fomentará la participación del alumno a través del diálogo y la discusión crítica a partir de la lectura de las referencias bibliográficas propuestas en relación a la materia.

**MÉTODO HEURÍSTICO:**

Se propondrá la realización de pequeñas tareas que contribuyan al entendimiento de los contenidos expuestos, así como la realización de otros ejercicios y casos (metodología de casos), en donde, bien de forma individual o a través de una dinámica de grupo, se trabajen de forma conjunta distintos aspectos de la materia.

### CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la organización académica primera presentada. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales.

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN.

Se desarrollará durante las 2 primeras semanas de clase. Dentro de este bloque se llevará a cabo la resolución en el aula de ejercicios prácticos y/o problemas, uno de ellos de carácter evaluable.

BLOQUE 2. HERRAMIENTAS ÚTILES EN EL TRATAMIENTO CON CLIENTES.

Se desarrollará entre la 3ª y la 7ª semana de clase. Dentro de este bloque se incluirá una actividad formativa de trabajo práctico evaluable, basado en el planteamiento de un problema relacionado con la psicología del cliente, así como la resolución de ejercicios prácticos y/o problemas en el aula.

BLOQUE 3. ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL PROCESO COMERCIAL.

Se desarrollará entre la 8ª y la 13ª semana de clase. En este bloque los alumnos realizarán una actividad formativa de trabajo práctico evaluable, basado en el planteamiento de un problema relacionado con el tratamiento en la secuencia comercial con clientes. Dentro de este bloque, se llevará a cabo también la resolución de ejercicios prácticos y/o problemas, alguno de ellos de carácter evaluable.

BLOQUE 4. SOBREPASANDO LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE.

Se desarrollará entre la semana 14 y 15 de clase. Dentro de este bloque, los alumnos llevarán a cabo la resolución de ejercicios prácticos y/o problemas.

La asistencia como la participación serán requisitos imprescindibles para el desarrollo de las actividades programadas semanalmente.

Las únicas tutorías académicas grupales serán las recogidas en la semana rosa de preparación para la convocatoria ordinaria y extraordinaria (4 horas por asignatura entre las dos convocatorias). Desde los Centros se notificará tanto al profesor como al alumnado los calendarios de estas tutorías.

La hora de tutoría individual marcada, los miércoles a las 20.00 horas, podrá verse modificada en función de los horarios finalmente establecidos.

## PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

| Actividad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | ¿Se evalúa? | CO | CE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Realización ejercicios prácticos (bloque 1) | | | X | | | | | | | | | | | | | X | X | |
| Trabajo práctico (bloque 2) | | | | | | | X | | | | | | | | | X | X | |
| Realización de ejercicios prácticos (bloque 3) | | | | | | | | | | | X | | | | | X | X | |
| Trabajo práctico (bloque 3) | | | | | | | | | | | | | | X | | X | X | X |

## CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La asistencia como la participación serán requisitos imprescindibles para el desarrollo de las actividades programadas semanalmente. Actividades de trabajo presencial que unidas a las actividades de trabajo autónomo del alumno le permitirán adquirir y desarrollar las competencias académicas-profesionales descritas.

Como consta en el apartado Evaluación, la adquisición de dichas competencias será evaluada de forma continua a lo largo del semestre siguiendo la planificación de la asignatura antes mencionada mediante la ejecución de tareas reales y/o simuladas realizadas en el aula (20%) -semanas 3 y 11-, un Informe o Memoria Práctica 1 (20%) -semana 7- y un Informe o Memoria Práctica 2 (20%) -semana 14-. La Prueba objetiva tipo test (20%) y la Prueba de preguntas de respuesta corta (20%) tendrán lugar en la semana 17/18.

La resolución de tareas y/o memorias prácticas serán presentadas por escrito, bien de forma individual o en grupo, según conste en la guía práctica correspondiente entregada. En la presentación del curso se dará cuenta de los trabajos a realizar para la elaboración de los Informes o Memorias de Prácticas 1 y 2.

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria el alumno deberá obtener una calificación igual o superior a 5. La calificación final de la asignatura será el promedio de las calificaciones obtenidas en todas y cada una de las pruebas de evaluación arriba descritas.

Las pruebas de evaluación detalladas podrán suspenderse por faltas de ortografía. En el caso concreto de las Memorias Prácticas el plagio será motivo de suspenso.

El uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo. El profesor informará convenientemente a los alumnos de dichas modificaciones. Los sistemas de evaluación descritos en esta GD son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como extracción de información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.

## CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria constará de cuatro pruebas de evaluación, una Prueba objetiva de preguntas tipo test (40%), una Prueba de respuesta corta (20%), una Prueba de ejecución de tarea real y/o simulada (20%) y un Informe o Memoria Práctica (20%). En el supuesto de que el alumno haya superado el Informe o Memoria Práctica 2 individual (20%) se mantendrá la nota de la evaluación ordinaria, en caso contrario el alumno deberá repetir dicho Informe o Memoria.

Las pruebas de evaluación detalladas podrán suspenderse por faltas de ortografía. En el caso concreto de las Memorias Prácticas el plagio será motivo de suspenso.

El uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo. El profesor informará convenientemente a los alumnos de dichas modificaciones. Los sistemas de evaluación descritos en esta GD son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como extracción de información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.

**SISTEMAS DE EVALUACIÓN:**

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PORCENTAJE (%) |
|---|---|
| Pruebas de respuesta corta | 20% |
| Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas | 20% |
| Pruebas objetivas | 20% |
| Informes de prácticas | 40% |