

**Guía Docente**  
**Calidad y Servicio**  
**Primera Convocatoria XX/XX**

<b>Datos generales de la asignatura</b>	
Programa:	<b>Dirección de Empresas</b>
Asignatura:	<b>Calidad y Servicio</b>
Medida:	<b>4.0 ECTS</b>
Carácter:	<b>Obligatoria</b>
<b>Temario</b>	
<p>1. CALIDAD TOTAL Calidad y Calidad Total. Antecedentes de la calidad total. Administración de la calidad. Principios de la calidad total. El trabajador y la calidad total. El cliente y la calidad total. Barreras a un programa de calidad total. Implantar un programa de calidad total. Círculos de calidad. Normas ISO. Auditoría de un sistema de calidad.</p> <p>2. MARKETING DE SERVICIOS ¿Qué son los servicios? Estrategia de Marketing en el sector servicios. Marketing MIX de servicios. Comportamiento del consumidor ante la calidad. La actitud de servicio. Habilidades necesarias para mejorar el servicio al cliente.</p> <p>3. CALIDAD DE SERVICIO Importancia de la calidad de servicio. Concepto. 40 puntos clave en la calidad de servicio. Errores en la calidad de servicio. Control de la calidad de servicio. Ejemplo de test para evaluación de la calidad de servicio.</p> <p>4. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Importancia de satisfacer al cliente. Factores fundamentales de la satisfacción. El servicio como factor clave de satisfacción. Planificación de la satisfacción. Evaluación y control de la satisfacción. Siete pasos prácticos para solucionar problemas de satisfacción de los clientes.</p> <p>5. FIDELIZACIÓN Servicio y lealtad. Técnicas para que los clientes repitan. El momento de la verdad. Tratar a un cliente disgustado. Tratamiento del cliente en situaciones especiales. Lo que hacen empresas de éxito para fidelizar. Los 7 pasos para construir mejores relaciones con los clientes.</p> <p>6. ATENCIÓN AL CLIENTE Conocer al cliente. Estrategia de atención al cliente. Los 10 pasos para mejorar la atención al cliente. Los 10 mandamientos de la atención al cliente. Las quejas. ¿Por qué no se quejan los clientes? Atención telefónica. Control en los procesos de atención al cliente. Anexo: El servicio de atención al cliente de Coca Cola.</p>	
<b>Equipo docente</b>	
XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX	
<b>Resultados de aprendizaje</b>	
<b>Competencia básica</b>	
<b>Competencias generales</b>	
Profundizar en las estrategias de optimización de flujos de ventas para fidelizar al cliente. (Competencias Instrumentales)	
Implementar la toma de decisiones a partir del conocimiento de las estrategias de fidelización (Competencias Instrumentales)	

**Conocimientos**

Diferenciar entre los aspectos definatorios del las estrategias de fidelización.

**Destrezas**

Actuar en las estrategias de fidelización de las compañías tanto a nivel producto como personas y mercados. (Plano Subjetivo)

Ejecutar decisiones que cambian la estrategia y rumbo de la empresa (Plano Psicomotor)

<b>Actividades formativas</b>
Análisis de casos Clases magistrales Estudio de casos Tutorías Discusiones Presentaciones en grupo Tutorías sobre trabajos Trabajo en grupo Seminarios

<b>Actividades de evaluación</b>
Examen tipo test Estudios de caso Presentación oral Observación directa del desempeño Examen escrito