



PERÚ

Ministerio
de Educación



IEST PRIVADO
"De Inv. Industriales"

R.M. 0134 – 2006 - ED

SÍLABO DE COMUNICACIÓN COMERCIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

I. INFORMACIÓN GENERAL

Carrera Profesional	: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Módulo	: GESTIÓN COMERCIAL
Unidad Didáctica	: COMUNICACIÓN COMERCIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE
Créditos	: 8
Semestre Académico	: III
Nº de Horas Semanal	: 10
Nº de Horas Semestral	: 180

II. COMPETENCIA DE LA CARRERA PROFESIONAL

Administrar los recursos humanos, financieros, logísticos, comercialización y los procesos productivos de la empresa; según los criterios de competitividad, ética, eficiencia y calidad.

III. CAPACIDADES TERMINALES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Capacidad terminal:	Criterios de Evaluación
Desarrollar el servicio de atención al cliente en la empresa.	Aplica técnicas adecuadas de servicio para la atención al cliente
	Evalúa los estándares de calidad de la cadena de servicios.
	<ul style="list-style-type: none">• Aplica la gestión del cliente• Utilizando la base de datos. (CRM)



PERÚ

Ministerio
de EducaciónIEST PRIVADO
"De Inv. Industriales"

R.M. 0134 – 2006 - ED

IV. ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES Y CONTENIDOS BÁSICOS

Semanas	Elementos de Actividad	Actividades de aprendizaje	Contenidos Básicos	Tareas Previas
1 2	Conocer la importancia que tiene la comunicación	Nº 01 Enfoque general de la comunicación	COMUNICACIÓN - Concepto, importancia, - Introducción al proceso de comunicación. Componentes de la buena comunicación	Diagnóstico Prueba de entrada
3 4	Dominar las técnicas de comunicación interpersonal y empresarial	Nº 02 Dominando las técnicas de comunicación interpersonal y empresarial	Técnicas de la comunicación eficaz. La escucha activa.- Elementos que facilitan la escucha activa. - Elementos a evitar en la escucha activa - Habilidades - Algunos aspectos que mejoran la comunicación	Lectura. Análisis de Texto recomendado
5 6	Identificar los procedimientos de comunicación comercial en las operaciones de compraventa en organizaciones	Nº 03 Identificando los procedimientos de la comunicación comercial	Técnicas de la comunicación eficaz. La escucha activa.- Elementos que facilitan la escucha activa. - Elementos a evitar en la escucha activa - Habilidades - Algunos aspectos que mejoran la comunicación	Lectura. Análisis de Texto recomendado
7	Diferenciar los canales de comunicación comerciales: páginas Web, convencionales, otros; explicando sus características.	Nº 04 Diferenciando los canales de comunicación comerciales	- El proceso de la comunicación comercial. - Posicionamiento del producto - Estrategia de Marketing: Estrategia Publicitaria Promociones: - Al consumidor - Al canal - A la fuerza de ventas - La Promoción y el tipo de producto- - La Promoción y el ciclo de vida	Lectura. Análisis de Texto recomendado
8 9 10	Inconvenientes de utilización. Conocer y comprender la importancia de brindar un servicio con claridad	Nº 05 Mejorando la calidad de los servicios y las relaciones interpersonales	Calidad de Atención 1. Atención al cliente: . Cliente Externo/Cliente Interno/Cadena Cliente Proveedor 2. Calidad, Calidad en Salud 3.Servicio 4. dimensiones del servicio	Lectura. Análisis de Texto recomendado
	Identificar los tres pilares de la calidad	Nº 06		Lectura. Análisis de



PERÚ

Ministerio de Educación



EST PRIVADO
"De Inv. Industriales"

R.M. 0134 – 2006 - ED

11	Y definir cada uno de Ellos	Identificando los Pilares de la Calidad		Texto recomendado
12	Comprender lo que significa el trabajo bajo el enfoque al cliente			
13		Nº 07 Trabajo en equipo bajo el enfoque al cliente	TRABAJO EN EQUIPO a. Desarrollo de los equipos de trabajo b. Dinámica del grupo c. Tipo de participantes d. Estructura de una reunión Manejo de reuniones/ayuda memoria	
14	Diseñan un instrumento que les permitan evaluar ¿Cómo está la calidad de nuestros servicios?	Nº 08 Conociendo los elementos de la calidad de atención	Elementos de la calidad de atención a. Información brindada al cliente b. Oportunidad de elección c. competencia técnica/capacidad técnica d. Relación clientes /proveedor/Relaciones interpersonales e. Mecanismos de seguimiento contexto del servicio/ Disponibilidad permanente y oferta de los servicios	
15				
16	Analiza y describe los estándares de calidad del servicio	Nº 9 Analizando los estándares de calidad del servicio	ESTANDARES DE CALIDAD DEL SERVICIO ¿En qué consiste y cuál es su función? Conceptos básicos funciones clave de los estándares de calidad Condiciones básicas aplicada a los servicios. ¿Qué es el ISO 9001? ¿Que deben cumplir los estándares de calidad?	
17	Conoce e identifica, instituciones y organismos de protección al consumidor.	Nº 10 Conociendo e identificando las instituciones y Organismos de Protección al Consumidor	INSTITUCIONES Y ORGANISMOS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.- INDECOPI OSINERG OSIPTEL SUNASS MUNICIPIOS DEFENSORÍA	
18	Evaluación de recuperación			



PERÚ

Ministerio de Educación



IEST PRIVADO
"De Inv. Industriales"

R.M. 0134 – 2006 - ED

V. METODOLOGÍA

A fin de lograr un mejor desarrollo del aprendizaje, se emplearán permanentemente las siguientes estrategias metodológicas: a.

- Juego de Roles.
- Análisis de lecturas: Discusión de Gabinete.
- Dinámica grupal: - Lluvia de ideas Expresión oral. Expresión corporal y gestual.
- Prácticas individuales: Práctica cotidiana de hábitos de excelencia.
- Evaluación y análisis de resultados: Plenario ± Exposición.
- Seminarios: Asistencia y desarrollo de guía temática.
- Método de Casos.
- Simulación y juego.

VI. EVALUACIÓN

- La escala de calificación es vigesimal y el calificativo mínimo aprobatorio es trece (13). En todos los casos la fracción 0.5 o más se considera como una unidad a favor del estudiante.
- El estudiante que en la evaluación de una o más Capacidades Terminales programadas en la Unidad Didáctica (Asignaturas), obtenga nota desaprobatoria entre diez (10) y doce (12), tiene derecho a participar en el proceso de recuperación programado.
- El estudiante que después de realizado el proceso de recuperación obtuviera nota menor a trece (13), en una o más capacidades terminales de una Unidad
- Didáctica, desaprueba la misma, por tanto repite la Unidad Didáctica.
- El estudiante que acumulara inasistencias injustificadas en número igual o mayor al 30% del total de horas programadas en la Unidad Didáctica (Asignaturas), será desaprobado en forma automática, sin derecho a recuperación.

VII. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS /BIBLIOGRAFÍA

-Impresos

- Comunicación Comercial: Conceptos y Aplicaciones.
- Rodríguez del Bosque I., de la Ballina Ballina J., Santos Vijande M^a L. Editorial CÍVITAS, 1998, 2^a Edición.
- Dirección Publicitaria
- Rodríguez del Bosque, I.; Suárez Vázquez, A. y García de los Salmones, M.M. Editorial UOC (2008).
- Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente.
- Gabín, María amparo de la Encarnación, (aut). Ediciones Paraninfo S.A.
- Como medir la Satisfacción del Cliente según la ISO 9001:2000 (2da.Edición), Vavra, Terry G.

-Digitales (página WEB)

- www.elprisma.com
- www.eumed.net
- www.aulafacil.com