



DATOS IDENTIFICATIVOS

Atención ao cliente

Materia	Atención ao cliente			
Código	004G240V01902			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Mazaira Castro, Andrés			
Profesorado	Mazaira Castro, Andrés			
Correo-e	amazaira@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Atención e trato cos clientes. Atención e calidade do servizo ao cliente. Tipoloxía de clientes. A importancia do trato e a atención no servizo das empresas turísticas.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A1	Que os estudantes demostren posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral e adoita atoparse a un nivel que, malia se apoiar en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.
A5	Que os estudantes desenvolvan aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
B5	Capacidade de comunicación oral e escrita
B7	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
B9	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado
B10	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións
C6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais
C12	Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección de persoal
C13	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
C15	Orientación do servizo ao cliente
D1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos
D2	Compromiso ético
D3	Creatividade
D4	Iniciativa empresarial
D5	Motivación pola calidade

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Coñecer o concepto e importancia da Cultura de Orientación ao Mercado no ámbito Turístico	A1	B5	C6	D1
	A2	B7	C12	D2
	A3	B8	C13	D3
	A4	B9	C15	D4
	A5	B10		D5
Comprender o comportamento do Consumidor de productos Turísticos e a importancia do proceso de creación de Valor neste Sector	A1	B5	C6	D1
	A2	B7	C12	D2
	A3	B8	C13	D3
	A4	B9	C15	D4
	A5	B10		D5
Comprender e Asimilar como a extensión da "Cultura Dixital" e do Uso de Internet está a mudar os procesos de creación de Valor e satisfacción no Sector Turístico	A1	B5	C6	D1
	A2	B7	C12	D2
	A3	B8	C13	D3
	A4	B9	C15	D4
	A5	B10		D5
Entender a transcendencia do proceso de Atención ao Cliente nos Modelos de negocio do Sector Turístico	A1	B5	C6	D1
	A2	B7	C12	D2
	A3	B8	C13	D3
	A4	B9	C15	D4
	A5	B10		D5

Contidos

Tema	
0. Introducción aos Principios básicos da atención ao cliente.	0.1. As expectativas e a experiencia do cliente. 0.2. Xestión das percepcións e expectativas do cliente. 0.3. A creación de valor . 0.4 Atención ao Clientes en tempos de redes... ou como Internet está cambiando a relacións clientes-empresas
1.- O papel do proceso de creación de valor ao Cliente os Modelos de Negocios	1.1- A Atención ao Cliente como elemento capaz de xenerar Atributos clave e diferenciadores. 1.2.- A Atención ao Cliente no Modelo de Ostelwalder
2. Introducción ao modelo de xestión de clientes e o coñecemento e avaliación dos clientes.	2.1. A necesidade da xestión de clientes e as dificultades de implementación. 2.2. Modelos de xestión de clientes. 2.3. Internet como medio de coñocer e xestionar clientes. 2.4 Estamos no tempo do Big Data
3.- A Atención Ao Cliente nas distintas fases da "Viaxe"	3.1- A Atención ao Cliente na fase "Dreaming" 3.2.- A Atención ao Cliente na fase "Planning" 3.3- A Atención ao Cliente na fase "Booking" 3.4- A Atención ao Cliente na fase "Experience" 3.5- A Atención ao Cliente na fase "Sharing"
4. O Coñecemento do Cliente e a cosntrucción do modelo de relación.	5.1. Identificación do cliente obxectivo e elección da canle de captación. 5.2. O momento da captación e a repetición. 5.3. A oferta de valor. 5.4. A vinculación: retención, fidelidade, lealdade e recuperación de clientes. 5.5 Personificación do Cliente. o Buyer Persona
4.- A utilización do Customer Journey map, Te outras ferramentas básicas no proceso de Atención Ao Cliente	4.1- Customer Journey Map 4.2.- Mapas de Empatía e Outros
6. Fases da venda e o tratamento de dúbidas e obxeccións.	6.1. O valor engadido na venda. 6.2. Fases da venda e atención ao cliente. 6.3. O servizo posventa. 6.4. Tratamento das dúbidas e obxeccións.
7. Xestión de queixas e reclamacións.	7.1. Importancia das queixas e reclamacións na empresa. 7.2. O proceso de reclamación. 7.3. Tratamento das queixas e reclamacións. 7.4. Mecanismos e medios para a emisión de queixas. 7.5. Xestión de Queixas e Reclamacións en tempos de redes...

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas	22	0	22
Lección maxistral	23	0	23
Traballo	0	33	33
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	42	44
Estudo de casos	0	28	28

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas	Tempo dedicado polo profesor á atención personalizada do estudante.
Probas	Descrición
Traballo	Tempo dedicado polo profesor á atención personalizada do estudante.
Estudo de casos	Tempo dedicado polo profesor á atención personalizada do estudante.

Avaliación						
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballo	Realización de traballos teóricos e prácticos ao longo do curso	30	A1	B5	C6	D1
			A2	B7	C12	D2
			A3	B8	C13	D3
			A4	B9	C15	D4
			A5	B10		D5
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exame final	40	A1	B5		
			A2			
			A3			
			A4			
			A5			
Estudo de casos	Realización de casos prácticos e análises de situacións.	30	A1	B5	C6	D1
			A2	B7	C12	D2
			A3	B8	C13	D3
			A4	B9	C15	D4
			A5	B10		D5

Outros comentarios sobre a Avaliación

Aplicarase un sistema dobre de posible avaliación; podendo o alumno optar por aquel que desexe:

1) AVALIACIÓN CONTINUA

Consistirá nunha avaliación durante todo o cuadrimestre, na que se valorará a participación nas clases, o enriquecemento que se faga ao traballo conxunto nas aulas (tanto nas sesións teóricas como nas prácticas), o traballo na resolución de casos prácticos realizado polo alumnado nas clases, os traballos realizados (tanto na aula como fora dela) polos alumnos tanto dun xeito individual como en grupo, así como a presentación dos mesmos.

Aqueles alumnxs que desexen ser avaliados mediante avaliación continua e superar a materia sen a realización de exame, deberán de presentar a totalidade das entregas que se determinen, valorándose:

- Sobre un máximo de 3 puntos o traballo realizado en clase .
- Ata 5 puntos as actividades realizadas e entregadas/presentadas ao longo do curso.
- Ata 2 puntos unha proba na que resolvan algúns aspectos teórico prácticos realizados coa materia (os alumnos que teñan acadado a puntuación de 5 puntos nas dúas valoracións anteriores non terán que realizar esta proba)

Aqueles alumnxs que non desexen ser avaliados mediante avaliación continua, así como os que non superen esta, deberán de superar o exame que se realizará na data fixada (que non coincidirá co daqueles alumnos que opten pola avaliación continuada)

2) AVALIACIÓN NON CONTINUA

No caso de que o estudante non opte pola avaliación continua, este terá que realizar unha proba escrita. Dita proba

comporase de dúas partes: Teórica (poderá conter preguntas tipo test e/ou preguntas curtas e de desenvolvemento)
Práctica: resolución de preguntas que requiran a aplicación práctica dos coñecementos. Esta proba NON ten porque ser igual a que terán que superar os alumnos que opten pola avaliación continuada,

En segunda convocatoria, manterase o procedemento de avaliación anteriormente descrito.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso actual .

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións
