



GUÍA DOCENTE CURSO: 2013-14

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura:	Atención al Cliente y Relaciones Públicas		
Código de asignatura:	64103207	Plan:	Grado en Turismo (Plan 2010)
Año académico:	2013-14	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	3	Tipo:	Obligatoria
Duración:	Primer Cuatrimestre		
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA			
	Créditos:	6	Horas Presenciales del estudiante: 45
			Horas No Presenciales del estudiante: 105
			Total Horas: 150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Apoyo a la docencia	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Jiménez Castillo, David		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 2		
Despacho	01		
Teléfono	+34 950 214165	E-mail (institucional)	djcasti@ual.es
Recursos Web personales	Web de Jiménez Castillo, David		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/8



kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==

ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Actividades previstas para el aprendizaje y distribución horaria del trabajo del estudiante por actividad (estimación en horas)

I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	0,0	
	• Grupo Docente	31,0	
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	14,0	
	<i>Total Horas Presenciales/On line ...</i>		45,0
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo Autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	105	
	<i>Total Horas No Presenciales ...</i>		105
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE			150,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==

PÁGINA

2/8



kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

La oferta de servicios de calidad en el ámbito turístico se ha convertido en uno de los principales recursos de las empresas para diferenciarse de la competencia. En particular, la atención al cliente se considera un aspecto clave para potenciar la calidad del servicio turístico y una herramienta básica para estrechar las relaciones con el cliente. De manera complementaria, las relaciones públicas ayudan a las empresas turísticas a atraer clientes, generar expectativas sobre el servicio turístico y mejorar la imagen de la empresas.

Los contenidos de la asignatura "Atención al Cliente y Relaciones Públicas" responden al objetivo de proporcionar al estudiante conocimientos relativos a la atención al cliente y las relaciones públicas en turismo desde la perspectiva de la orientación al mercado turístico, la gestión de la calidad integral de servicio y el carácter humano y social del servicio turístico.

Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

Marketing en empresas y actividades turísticas.

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

Es aconsejable que el alumno/a tenga conocimientos previos sobre Marketing Turístico.

Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

Ninguno.

COMPETENCIAS

Competencias Generales

Competencias Genéricas de la Universidad de Almería

- Trabajo en equipo

Otras Competencias Genéricas

- Capacidad de comunicar y aptitud social

Competencias Específicas desarrolladas

-Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales

-Atención al cliente

-Creación de una imagen empresarial e institucional

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Los objetivos de la asignatura son los siguientes:

- (1) Transmitir la importancia del trato y la atención diferencial al cliente en el servicio turístico.
- (2) Aprender a planificar y desarrollar un programa de creación de lealtad a través de un modelo de relación cliente-empresa.
- (3) Aprender las principales habilidades sociales y comunicativas necesarias para el desarrollo de una atención al cliente eficaz.
- (4) Conocer las fases de la venta y aprender a gestionar quejas y reclamaciones.
- (5) Transmitir al estudiante el sentido y la finalidad de las relaciones públicas.
- (6) Aprender a planificar y desarrollar un programa de relaciones públicas.
- (7) Conocer cómo se gestionan sucesos críticos para la empresa turística a través de las relaciones públicas.

Los resultados de aprendizaje esperados son los siguientes:

-Se espera que los estudiantes sean capaces de definir objetivos basados en el cliente, identificar y desarrollar estrategias relacionales y diseñar políticas de fidelización, adecuándolos a las características de cada empresa turística y su mercado.

-Se espera que los estudiantes adquieran la capacidad de conocer y anticiparse a las necesidades y demandas de los distintos tipos de clientes, aplicando una atención diferencial, y sepa resolver cualquier conflicto cliente-empresa en las distintas fases de la venta, bajo una perspectiva de relación y fidelización.

-Se espera que los estudiantes sean capaces de reconocer la importancia del uso de herramientas de comunicación comercial que facilitan la creación de una imagen de la empresa turística en el mercado, así como las posibilidades de dichas herramientas como instrumentos de gestión de crisis que puedan resultar perjudiciales para la imagen pública de la empresa.


-Se espera que los estudiantes sean capaces de elaborar y defender argumentos y resolver problemas relativos a la atención al cliente y

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por	Universidad De Almería	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	3/8
			
kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==			

las relaciones públicas en la empresa turística.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	4/8
			
kjWHDR50T4GBVZsikoPewq==			

BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS			
Bloque	INTRODUCCIÓN A LA ATENCIÓN AL CLIENTE		
Contenido/Tema			
	Principios básicos de la atención al cliente		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		3,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		0,5
	Trabajo en equipo		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Bloque	EL MODELO DE GESTIÓN DE CLIENTES		
Contenido/Tema			
	Introducción al modelo de gestión de clientes y el conocimiento y evaluación de los clientes		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		4,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		0,5
	Trabajo en equipo		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Contenido/Tema			
	Segmentación de clientes. Tipología de clientes y atención diferencial.		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		3,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Resolución de problemas		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y resolución de actividades en grupo.			
Contenido/Tema			
	La captación y el modelo de relación		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		3,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		0,5
	Estudio de casos		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Contenido/Tema			
	Implementación y seguimiento del modelo de gestión de clientes		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		3,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Problemas		0,5
	Resolución de problemas		0,5
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Bloque	LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE		
Contenido/Tema			
	Habilidades sociales y comunicativas en la prestación del servicio turístico		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		4,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==

PÁGINA

5/8



kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==

	Proyecciones audiovisuales		0,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		0,5
	Trabajo en equipo		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Contenido/Tema			
	Fases de la venta y el tratamiento de las dudas y objeciones		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		3,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		0,5
	Trabajo en equipo		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Contenido/Tema			
	Gestión de quejas y reclamaciones		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Bloque	LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN TURISMO		
Contenido/Tema			
	La gestión y planificación de las relaciones públicas en la actividad turística		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		3,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		1,0
	Trabajo en equipo		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			
Contenido/Tema			
	Gestión de momentos críticos para la empresa turística a través de las relaciones públicas		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Debate		0,5
	Trabajo en equipo		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Estudio del material y realización individual de actividades.			

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por	Universidad De Almería		Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==	PÁGINA	6/8
				
kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==				

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios de Evaluación

La evaluación final será el resultado de la calificación obtenida en los siguientes componentes:

1. Un examen teórico tipo test que tendrá un valor del 75% de la nota final de la asignatura. Es condición necesaria pero no suficiente la superación de este examen para aprobar la asignatura.
2. Las prácticas y actividades realizadas durante el curso tendrán un valor del 25% en la nota final. Es obligatoria la entrega como mínimo del 90% de las prácticas. Las resoluciones a las actividades presenciales se entregarán al final de la sesión correspondiente. En caso de no asistencia, la resolución se podrá entregar como máximo al segundo día lectivo a partir de la sesión presencial y siempre a través de aula virtual. Transcurrido ese periodo, la práctica no se aceptará salvo por causa debidamente justificada.
3. La asistencia y participación activa en clase se podrá valorar con un máximo de 1,5 puntos sobre la nota global.

Porcentajes de Evaluación de las Actividades a realizar por los alumnos

	Actividad	(Nº horas)	Porcentaje
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	(0)	0 %
	• Grupo Docente	(31)	25 %
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	(14)	25 %
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	(105)	50 %

Instrumentos de Evaluación

- Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.
- Pruebas finales (escritas u orales).
- Otros: Asistencia y participación en clase.

Mecanismos de seguimiento

- Entrega de actividades en clase
- Entrega de actividades en aula virtual
- Otros: Control de asistencia y participación en clase.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==

PÁGINA

7/8



kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Atención al cliente (*Blanco, A.*) - Bibliografía básica
Marketing de Clientes (*Barquero, J. D.; Rodríguez, C.; Barquero, M. y Huertas, F.*) - Bibliografía básica
Marketing para Turismo (*Kotler, Bowen, Makens, Rufin y Reina*) - Bibliografía básica

Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/x?SEARCH=64103207>

DIRECCIONES WEB

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	8/8
			
kjWHDR50T4GBVZsikoPewg==			