



GUÍA DOCENTE CURSO: 2012-13

| DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---------------------|---|
| Asignatura: | Atención al Cliente y Relaciones Públicas | | |
| Código de asignatura: | 64103207 | Plan: | Grado en Turismo (Plan 2010) |
| Año académico: | 2012-13 | 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 | Dirección y Gestión de Empresas | | |
| 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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

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



9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

PÁGINA

2/8



9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

PÁGINA

3/8



9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

| | | | |
|--|-------------------------------|---------------|-------------------|
| Firmado Por | Universidad De Almeria | Fecha | 23/07/2015 |
| ID. FIRMA | blade39adm.ual.es | PÁGINA | 4/8 |
|  | | | |
| 9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg== | | | |

| 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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

PÁGINA

5/8



9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

| | | | |
|---|--|----------------------|----------------------------|
| | 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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

PÁGINA

6/8



9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

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 70% 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 30% 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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

PÁGINA

7/8



9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Atención al cliente (*Blanco, A.*) - Bibliografía básica
Estreche las relaciones con los clientes que cuentan: nuevos retos en la atención al cliente (*Cram, T.*) - Bibliografía complementaria
Los secretos del servicio al cliente (*Horovitz, J.*) - Bibliografía complementaria
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
Mejorar la atención al cliente (*Larson, W. W.*) - Bibliografía complementaria
Recepción y Atención al Cliente (*López, S.*) - Bibliografía complementaria


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/9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg==>

| | | | |
|--|-------------------------------|---------------|-------------------|
| Firmado Por | Universidad De Almeria | Fecha | 23/07/2015 |
| ID. FIRMA | blade39adm.ual.es | PÁGINA | 8/8 |
|  | | | |
| 9Qj9Ng+pnzA3LYnCAzidQg== | | | |