

Curso de Relaciones Humanas (40 HORAS)

CÓDIGO 12210310

El curso de "servicio al cliente" enfocado en "Relaciones Humanas", se plantea y ejecuta con el fin que los empleados evidencien y desarrollen una actitud adecuada para el servicio al cliente, y por ende se logre productividad y competitividad de su Organizacional y/o empresa; lo anterior se relaciona con la hipótesis de cómo no hay empresa viable sin atención al cliente y sin la calidad del servicio que se debe ofrecer; por ello, para poder estar presente en un mercado cada vez más competitivo, las empresas tienen que apostar por la calidad del servicio, y esto se logra desarrollando en sus empleados habilidades y acciones que les permitan tener una interacción adecuada con los demás y consigo mismo, es decir saber relacionarse con y desde su condición de Humanos.

Teniendo presente que una de las variables que dinamizan las organizaciones es la Calidad en la Atención al Cliente, puesto que es él quien moviliza recursos y procesos para garantizar una excelente productividad, se considera necesario y oportuno Capacitar a los empleados en Atención al Cliente o Usuario, a partir de potenciar sus habilidades para las relaciones humanas, manejo de emociones, ética, comunicación, respeto, conocimiento de sí mismo, sentido de vida, reconocimiento de sus habilidades y dificultades, entre otros, con el fin de maximizar la satisfacción del cliente, y así potenciar la productividad de la organización.

Seguido, cabe plantear qué, como en el comercio moderno las actividades están sometidas a las continuas presiones de la competencia, si un dueño de empresa no quiere arriesgarse innecesariamente debe planear cuidadosamente, no sólo cada paso de sus operaciones, sino también la buena selección de las personas en las cuales pueda delegar responsabilidades, y sus capacidades humanas, de interacción consigo mismo, y con los otros; así, se hace necesario tener presente que toda actividad de trabajo está fundada en la relaciones interpersonales, por lo tanto, es necesario que un empleado aprenda a tratar bien a los compañeros y saber desarrollar de manera exitosa el difícil arte de las relaciones humanas. Para triunfar en este sentido, es preciso tener presente que cada persona es diferente y que esa diferencia es el producto de diversas culturas y ambientes familiares, por lo que cada persona tendrá diferentes habilidades, gustos, aptitudes, formación, cultura, edad, apariencia física, emociones, religión, política, nacionalidad, situación económica, entre otros.

Mostrando el panorama del mundo productivo, se debe prestar atención a la calidad humana de los empleados, los cuales con regularidad están sometidos a cambiantes estímulos los cuales deben Saber asumir con valor y conocimiento; por ello es necesario capacitar y hacer patente en los empleados habilidades de interacción consigo mismos y con los demás, desde el desarrollo y pontencialización de habilidades individuales y sociales, que contiene todo el concepto de Relaciones Humanas, en los diversos contextos por lo que transita el ser humano.

Además, es necesario tener en cuenta la realidad empresarial y productiva la cual nos muestra un panorama cambiante y competitivo, donde existe cada vez mayor cantidad y diferencias de clientes, más exigentes e informados sobre los servicios y necesidades por suplir, situación ante la cual las organizaciones deben contar con personal humano idóneo para enfrentar dicha situación con efectividad, promocionando una actitud adecuada en los empleados para brindar Calidad en el Servicio al cliente, con el fin de satisfacer sus necesidades; es allí donde se percibe acertado efectuar la presente capacitación la cual permitirá que los empleados logren un adecuado conocimiento y entendimiento sobre los procesos y variables que influyen en la calidad del Servicio al cliente, identificando los conceptos (Teórico - prácticos) que influyen en las relaciones humanas, con el fin de proyectar la manera positiva de interactuar con el cliente interno y externo.

Duración (Horas) 40

Estrategia Metodológica

Teniendo presente que se desea lograr la apropiación de conocimientos que permitan generar un comportamiento adecuado en las relaciones humanas proyectado en un servicio diligente al cliente se tendrán en cuenta el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; estrategias que faciliten la aprehensión de procesos de conocimiento teórico, y estrategias de desarrollo de sociabilidad; juego de roles, identificación de problemáticas reales y simuladas.

Competencia:

FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

Conocimiento
Concepto

- Concepto de sistema, sistema organizacional, responsabilidad dentro del sistema organizacional.
- Concepto de ética y principios universales.
- Relaciones humanas y sus variables de interacción.
- Lógica y resolución de problemas.
- Servicio al cliente: conceptos
- Clasificación y conocimiento de los diferentes tipos de clientes para su atención efectiva
- Definición, reconocimiento e importancia de las relaciones interpersonales en el proceso de servicio y venta de productos al cliente
- Comunicación empresarial.
- concepto
- funciones de la comunicación empresarial
- clasificación de la comunicación empresarial
- Técnicas de comunicación para expresarse asertivamente
- Comunicación verbal y no verbal, comunicación asertiva.
- Motivación
- Cortesía, definición, normas.
- Valores: respeto, empatía.
- Emociones, manejo de emociones.
- Sentido de vida. Racionalidad, razón. Prejuicio. Liderazgo. Autonomía, heteronimia.
- Idealización.
- Trabajo en equipo

<p>Conocimiento Proceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar protocolos e identidad corporativa en la presentación personal • Brindar atención que favorezca las relaciones empresariales con el cliente. • Identificar los tipos de clientes y los momentos de verdad a fin de orientar la atención partiendo de la clase de cliente. • Identificar el canal de información más apropiado de acuerdo con requerimientos de los clientes • Aplicar los principios y valores de acuerdo con la situación presentada con el cliente. • Escuchar siempre los mensajes del cliente aplicando técnicas para escuchar. • Aplicar las normas de cortesía existentes para obtener una mejor interrelación con los clientes. • Desarrollar la interrelación con los clientes teniendo en cuenta las normas de cortesía existentes.
<p>Criterio Evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • EMPLEA TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ESTABLECIENDO CANALES CONCRETOS CON LOS CLIENTES. • CLASIFICA A LOS CLIENTES PARA OFRECER ATENCIÓN DE ACUERDO CON SUS CARACTERÍSTICAS. • INTERACTÚA CON LOS CLIENTES APLICANDO LAS TÉCNICA DE COMUNICACIÓN ASERTIVA, RESPETANDO EL ESPACIO Y DESARROLLO HUMANO DEL INTERLOCUTOR, OPTIMIZANDO LOS MEDIOS Y RECURSOS DE APOYO UTILIZADOS, SEGÚN LAS NORMAS Y PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN. • APLICA DILIGENTEMENTE ACTITUDES VALORES Y NORMAS DE CORTESÍA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE. • APLICA RESPETUOSAMENTE LAS NORMAS DE CORTESÍA Y DE ETIQUETA EN TODOS LOS EVENTOS DE COMUNICACIÓN, ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO.

Elementos de la Competencia:

- Atender a los clientes utilizando las tecnologías y normas de cortesía.
- Ofrecer atención a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización.

Resultados de Aprendizaje:

- INTERACTÚA CON LOS CLIENTES APLICANDO LAS TÉCNICA DE COMUNICACIÓN ASERTIVA, RESPETANDO EL ESPACIO Y DESARROLLO HUMANO DEL INTERLOCUTOR, OPTIMIZANDO LOS MEDIOS Y RECURSOS DE APOYO UTILIZADOS, SEGÚN LAS NORMAS Y PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN.
- APLICA RESPETUOSAMENTE LOS VALORES, LAS NORMAS DE CORTESÍA Y DE ETIQUETA EN TODOS LOS EVENTOS DE COMUNICACIÓN, ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO.
- RECONOCE LA IMPORTANCIA DE LOS CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN, IDEALIZACIÓN, PREJUICIO, ÉTICA, SENTIDO DE VIDA, COMO ELEMENTOS IMPORTANTES PARA LOGRAR ESTABLECER RELACIONES HUMANAS – INTERPERSONALES DE FORMA ADECUADA.
- EMPLEA TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ESTABLECIENDO CANALES CONCRETOS CON LOS CLIENTES.