



Programa de estudios del módulo

Manejo de técnicas de atención al cliente

Currículum Laboral

Áreas:

Electricidad y electrónica
Mantenimiento e instalación
Tecnología y transporte

Carreras:

Profesional Técnico-Bachiller en
Mantenimiento automotriz
Autotrónica
Fuentes alternas de energía
Soporte y mantenimiento de equipo de cómputo
Mantenimiento de sistemas automáticos
Mantenimiento de sistemas electrónicos
Motores a diésel
Mecatrónica: Trayecto técnico

4º y 5º semestre

Editor: Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Módulo: Manejo de técnicas de atención al cliente.

Áreas: Electricidad y electrónica
Mantenimiento e instalación
Tecnología y transporte

Carreras: PT-B en Mantenimiento automotriz
Autotrónica.
Fuentes alternas de energía.
Soporte y Mantenimiento de equipo de cómputo.
Mantenimiento de sistemas automáticos.
Mantenimiento de sistemas electrónicos.
Motores a diésel.
Mecatrónica: Trayecto técnico.

Semestres: Cuarto y Quinto

Horas por semana: 5

Fecha de diseño o actualización: 04 de noviembre de 2024

Vigencia: a partir de la aprobación de la Junta Directiva y en tanto no se genere un documento que lo actualice.

© Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, sin autorización por escrito del CONALEP.

Directorio

Rodrigo Alejandro Rojas Navarrete

Dirección General

Hugo Nicolás Pérez González

Secretaría Académica

Patricia Alejandra Bernal Monzón

Dirección de Diseño Curricular

Manejo de técnicas de atención al cliente

Contenido	Pág.
Capítulo I: Generalidades del Profesional Técnico-Bachiller	
1.1 Marco Curricular Común de la Educación Media Superior	5
1.2 Objetivos de las carreras	6
Capítulo II: Aspectos específicos del módulo	
2.1 Presentación	8
2.2 Propósito del módulo	9
2.3 Mapa del módulo	10
2.4 Unidades de aprendizaje	11
2.5 Referencias	19

CAPÍTULO I: Generalidades del Profesional Técnico-Bachiller

1.1 Marco Curricular Común de la Educación Media Superior

El Marco Curricular Común de la Educación Media Superior propone una apuesta curricular centrada en el desarrollo integral de las y los adolescentes y jóvenes, con la finalidad de formar estudiantes capaces de conducir su vida hacia su futuro con bienestar y satisfacción; con sentido de pertenencia social, conscientes de los problemas sociales, económicos y políticos que aquejan al país, dispuestos a participar de manera responsable y con toma de decisión hacia los procesos de la democracia participativa y compromiso por generar soluciones de las problemáticas que los aquejan y que tengan la capacidad de aprender a aprender en el trayecto de su vida. Que sean adolescentes y jóvenes capaces de erigirse como agentes de transformación social y que fomenten una cultura de paz y de respeto hacia la diversidad social, sexual, política y étnica; solidarios y empáticos.

A través del currículum laboral, el Profesional Técnico-Bachiller desarrollará competencias laborales extendidas pertinentes, buscando la transversalidad con los módulos del currículum fundamental y ampliado; permitiendo con ello desarrollar conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores que le permitan comprender los procesos productivos en los que está involucrado para enriquecerlos, transformarlos, resolver problemas, ejercer la toma de decisiones y desempeñarse en diferentes ambientes laborales, con una actitud creadora, crítica, responsable y propositiva; de la misma manera, fomenta el trabajo en equipo, colaborativo, el desarrollo pleno de su potencial en los ámbitos profesional, personal, así como la convivencia de manera armónica con el medio ambiente y la sociedad.

1.2 Objetivos de las carreras

PT-B en Mantenimiento automotriz

Realizar el mantenimiento de sistemas automotrices mecánicos, hidráulicos, eléctricos y electrónicos, aplicando normas técnicas vigentes, especificaciones y manuales de fabricantes, para lograr el óptimo funcionamiento del vehículo automotriz a gasolina o a diésel y la satisfacción del cliente.

PT-B en Autotrónica

Realizar el mantenimiento de sistemas automotrices mecánicos, hidráulicos, eléctricos, controlados principalmente por medios electrónicos, aplicando normas técnicas vigentes, especificaciones y manuales de fabricantes, para lograr el óptimo funcionamiento del vehículo automotriz a gasolina, a diésel e híbrido, así como la satisfacción del cliente.

PT-B en Fuentes alternas de energía.

Realizar los servicios de instalación, operación, mantenimiento, compra – venta y mejora de maquinaria y equipos presentes en la generación de energía, a través de fuentes alternas.

PT-B en Soporte y Mantenimiento de equipo de cómputo.

Realizar los servicios de instalación, configuración, operación, mantenimiento y actualización de equipo, dispositivos periféricos, sistemas y redes de computadoras, incorporando tecnologías de vanguardia.

PT-B en Mantenimiento de sistemas automáticos.

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de maquinaria y equipo automático, de acuerdo con las especificaciones técnicas y manuales del fabricante.

PT-B en Mantenimiento de sistemas electrónicos

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de sistemas y equipos electrónicos, considerando la normatividad vigente y las recomendaciones técnicas del fabricante.

PT-B en Motores a diésel

Realizar los servicios de reparación y mantenimiento a vehículos y unidades a diésel en sus sistemas mecánicos, eléctricos, electrónicos y equipo complementario, utilizando las especificaciones técnicas de los manuales del fabricante y aplicando las normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

PT-B en Mecatrónica

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y actualización de sistemas mecatrónicos presentes en la industria.

CAPÍTULO II: Aspectos específicos del módulo

2.1 Presentación

El módulo de **Manejo de técnicas de atención al cliente** es de tipo transversal y se imparte en el quinto semestre de las carreras de Profesional Técnico-Bachiller en: Mantenimiento Automotriz, Autotrónica, Fuentes alternas de energía, Soporte y Mantenimiento de equipo de cómputo, Mantenimiento de sistemas automáticos, Mantenimiento de sistemas electrónicos, y Motores a diésel, como parte del curriculum laboral; asimismo, se imparte en el cuarto semestre del Trayecto técnico **Asesoría de servicios en sistemas mecatrónicos** de la carrera de Profesional Técnico-Bachiller en Mecatrónica. Tiene como finalidad que el alumno realice la aplicación de técnicas de atención al cliente en las etapas de recepción y entrega de diversos sistemas.

Está conformado por dos unidades de aprendizaje. La primera unidad aborda los conceptos sobre los principios de atención al cliente; la segunda unidad describe las técnicas y el manejo de estas en la atención a los clientes.

La contribución del módulo al perfil de egreso de las carreras y del trayecto de la carrera en la que está considerado, incluye el desarrollo de competencias para la aplicación de técnicas de atención al cliente en las etapas de recepción y entrega de sistemas diversos.

La tarea educativa tendrá que diversificarse, a fin de que el personal docente realice funciones preceptoras, que consistirán en la guía y acompañamiento del alumnado durante su proceso de formación académica y personal y en la definición de estrategias de participación que le permitan incorporar a su familia en un esquema de corresponsabilidad que coadyuve a su desarrollo integral; por tal motivo, deberá destinar tiempo dentro de cada unidad para brindar este apoyo a la labor educativa de acuerdo con el Programa de Preceptorías.

Por otro lado, el alumnado deberá gestionar su aprendizaje, a fin de distribuir su tiempo para dedicar un porcentaje de la duración del módulo al estudio independiente, para reforzar el conocimiento previo o adquirido en clase, de tal forma que obtengan hábitos de estudio que le permitan ser autodidacta.

Finalmente, es necesario que al concluir cada resultado de aprendizaje se considere una sesión de clase en la cual se realice la recapitulación de los aprendizajes logrados, con el propósito de verificar que éstos se han alcanzado o, en caso contrario, determinar las acciones de mejora pertinentes. Cabe señalar que en esta sesión el alumno o la alumna que haya obtenido insuficiencia en sus actividades de evaluación o desee mejorar su resultado, tendrá la oportunidad de entregar nuevas evidencias.

2.2 Propósito del módulo

Manejar las técnicas de atención a clientes, en las etapas de recepción y entrega de servicios realizados a equipos, maquinaria y/o sistemas, para incidir de manera positiva en la preferencia de su trabajo profesional, adquiriendo una cultura de calidad humana en las diversas situaciones vivenciales de su entorno social y profesional.

2.3 Mapa del módulo

Nombre del módulo	Unidad de aprendizaje	Resultado de aprendizaje
<p>Manejo de técnicas de atención al cliente.</p> <p>90 horas</p>	<p>1. Identificación de los principios de atención al cliente.</p> <p>35 horas</p>	<p>1.1 Identifica los principios de atención al cliente, durante la prestación de servicios.</p> <p>10 horas</p> <p>1.2 Identifica perfiles de clientes y vendedores, como factor decisivo en el logro de su satisfacción.</p> <p>5 horas</p> <p>1.3 Identifica los requisitos del cliente, como factor decisivo en el logro de su satisfacción.</p> <p>10 horas</p> <p>1.4 Identifica los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en el desempeño de sus labores profesionales.</p> <p>10 horas</p>
	<p>2. Manejo de técnicas de interacción con el cliente.</p> <p>55 horas</p>	<p>2.1 Aplica la comunicación oral y escrita, como una técnica de atención al cliente.</p> <p>15 horas</p> <p>2.2 Aplica técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente.</p> <p>20 horas</p> <p>2.3 Maneja técnicas de relaciones públicas, en la atención de sugerencias, quejas o reclamaciones del cliente.</p> <p>20 horas</p>

2.4 Unidades de aprendizaje

Unidad de aprendizaje:	1. Identificación de los principios de atención al cliente.	35 horas	
Propósito de la unidad	Identificar los principios de atención al cliente, en la prestación de servicios de recepción y entrega de equipos, maquinaria y/o sistemas.		
Resultado de aprendizaje:	1.1 Identifica los principios de atención al cliente, durante la prestación de servicios.	10 horas	
Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
1.1 Elabora un diagrama de procesos explicando los principios de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Diagrama de procesos 	10 %	<p>A. Identificación de los principios de atención a clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la atención al cliente. • Principios de atención a clientes. <p>B. Identificación de las etapas del proceso que interviene la atención a clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción del equipo. • Prestación del servicio al equipo. • Facturación del equipo. • Servicio postentrega.
Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.			

Resultado de aprendizaje:	1.2 Identifica perfiles de clientes y vendedores, como factor decisivo en el logro de su satisfacción.		5 horas
Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>1.2 Elabora un cuadro de doble entrada describiendo las características de los perfiles de clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadro de doble entrada 	<p>5 %</p>	<p>A. Perfiles de los clientes, que pueden ser de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baja tecnología • Desinteresado • Manitas • Paranoico • Apreciativo • “ ” • “ é v ” • Con urgencia • que decide por comité • Majo • Con poco presupuesto • Del que deberías sentirte afortunado <p>B. Identificación de los perfiles de los vendedores en la atención a clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Según el tipo de cliente al que prestan sus servicios: <ul style="list-style-type: none"> - Vendedores de productores o fabricantes. - Vendedores de mayoristas. - Vendedores de minoristas (al menudeo o detallistas). • Según el tipo de actividad que realizan: <ul style="list-style-type: none"> - Vendedores repartidores. - Vendedores internos o de mostrador - Vendedores externos o de campo. - Vendedores de promoción de ventas o itinerantes.

Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
			<ul style="list-style-type: none"> - Vendedores técnicos o ingenieros de ventas. - Vendedores creativos o consejeros. - Vendedores comercializadores.
<p>Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.</p>			

Resultado de aprendizaje:		1.3 Identifica los requisitos del cliente, como factor decisivo en el logro de su satisfacción	10 horas
Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
1.3.1 Elabora un catálogo de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Catálogo de clientes 	10 %	<p>A. Identificación de los requisitos del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> Necesidades. Requerimientos. Servicios. <p>B. Identificación de los requerimientos del cliente, considerando la etapa del proceso.</p> <ul style="list-style-type: none"> Recepción del equipo. Prestación del servicio al equipo. Facturación del equipo. Servicio postentrega.
Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.			

Resultado de aprendizaje:	1.4 Identifica los factores que afectan la relación cliente-prestador de servicios, en el desempeño de sus labores profesionales.	10 horas	
Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>1.4.1 Elabora un ensayo mediante el cual identifiques los factores que afectan la relación cliente- prestador de servicios a maquinaria y/o sistemas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ensayo. 	<p>20%</p>	<p>A. Identificación los tipos de factores que afectan la relación cliente-proveedor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de factores. • Factores humanos. • Factores del servicio. • Factores administrativos. • Factores económicos. <p>B. Identificación de los factores que afectan la relación cliente-proveedor, considerando la etapa del proceso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción del equipo. • Prestación del servicio al equipo. • Facturación del equipo. • Servicio postentrega.
<p>Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.</p>			

Unidad de aprendizaje:	2. Manejo de técnicas de interacción con el cliente.	55 horas
Propósito de la unidad	Aplicar las técnicas de interacción directa con cliente, mostrando una actitud profesional y con vocación en la prestación de servicios de recepción y entrega trabajos desarrollados en equipos, maquinaria y/o sistemas.	
Resultado de aprendizaje:	2.1 Aplica la comunicación oral y escrita, como una técnica de atención al cliente.	15 horas

Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>2.1.1 Aplica las técnicas de la comunicación oral y escrita, en la recepción y entrega de servicios realizados a equipos, maquinaria y/o sistemas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de comunicación oral y escrita, aplicadas en la recepción y entrega de servicios. 	<p>15 %</p>	<p>A. Aplicación de la comunicación oral, en la atención a clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> Actitudes y técnicas en comunicación oral. Aptitudes del personal de acogida. Situaciones y roles de compra. Reuniones y entrevistas. Intercambio de información. Información telefónica. <p>B. Aplicación de la comunicación escrita, en la atención a clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> Comunicación interna y externa. Elaboración de distintos tipos de comunicaciones. Comunicación en torno a un evento. Manuales de empleados. Carteles. Correo interno. Intranet corporativa. Buzón de sugerencias. Cartas e informes.

Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.

Resultado de aprendizaje:	2.2 Aplica de técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente.	20 horas	
Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
2.2.1 Aplica las técnicas de marketing y ventas, en la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de marketing y ventas, aplicadas. 	15 %	<p>A. Identificación del concepto de marketing y ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Departamento de telemarketing. • Campaña de telemarketing. • Ventas. <p>B. Aplicación del telemarketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisión de llamadas. • Estructura de las llamadas. • Concertación de entrevistas. • Ventas por telemarketing
Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.			

Resultado de aprendizaje:	2.3 Maneja técnicas de relaciones públicas, en la atención de quejas y reclamaciones del cliente.	20 horas	
Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>2.3.1 Aplica las técnicas de relaciones públicas, en la recepción y entrega de servicios realizados a equipos, maquinaria y/o sistemas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de relaciones públicas, aplicadas. 	<p>25 %</p>	<p>A. Atención al público.</p> <ul style="list-style-type: none"> Pautas de conducta. El escuchar. El preguntar. Actitudes positivas hacia los clientes Acogida. Despedida. Solución de problemas. Cortesía. Equidad. Comunicación. <p>B. Aplicación de las relaciones públicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> Quejas y reclamaciones. <ul style="list-style-type: none"> Tratamiento de las quejas Recogida de información Clientes y situaciones difíciles Recomendaciones en atención al cliente Métodos para evaluar la atención al cliente
<p>Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.</p>			

2.5 Referencias

Básicas:

- Brown, A. (2013). *Gestión de la atención al cliente*. Ediciones Díaz de Santos.
- Jay, G. (2005). *Diseñando una organización centrada en el cliente*. Jossey-Bass.
- Paz Couso, R. (2006). *Atención al cliente: guía práctica de técnicas y estrategias*. Ideas propias Editorial S.L.

Complementarias:

- Steven N. K. (2005). *Embolsar al elefante: Cómo obtener y conservar grandes clientes*; Bard Press.
- García Ortiz, F.; García Ortiz P.P.; García Ortiz M.; Gil M. (2003) *Técnicas de servicio y atención al cliente*. Hostelería y turismo, Thomson.
- Londoño Mateus, M.C. (2006). *Atención al cliente y gestión de reclamaciones: en busca del Santo Grial*. España, FC Editorial.
- Tipos de Vendedores. Consultado el 17 de julio de 2024 de: <http://www.promonegocios.net/venta/tipos-vendedores.html>
- Tipos de clientes. Consultado el 17 de julio de 2024 de: <http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>
- La atención al cliente en el siglo XX. Consultado el 17 de julio de 2024 de: <http://www.marketing-xxi.com/la-atencion-al-cliente-en-el-siglo-xxi-107.html>