

Curso de Atención al cliente, gestión de reclamos y medición de la satisfacción

Información General

Fecha de inicio: 10/07/2026

Frecuencia: Semanal

Carga horaria por clase: 90 min

Presentación

Al finalizar el curso aprenderás a Planificar y organizar el tiempo, a aplicar herramientas de comunicación efectiva con tus clientes, así como también a manejar el concepto de excelencia en el servicio. Además, serás capaz de mejorar el nivel de relaciones interpersonales entre clientes y usuarios de la organización e interiorizarte de las necesidades y motivaciones de tus clientes.

Objetivos Generales

Incorporar técnicas para atender a clientes y usuarios con eficacia a través de teléfono, correo electrónico y el trato personal, incluyendo la gestión de reclamaciones y la fidelización.

Objetivos Específicos

- Estudiar la queja como manera de fidelizar o perder clientes.
- Definir un modelo de comunicación que permita tener una visión global del proceso comunicativo
- Transmitir las claves de éxito para que el cliente reciba una mayor calidad en el servicio percibido, analizando los aspectos claves de la comunicación interpersonal
- Incorporar los procesos y componentes de la gestión de una comunicación eficiente.
- Conocer los diferentes tipos de quejas: asertividad en el tratamiento de las quejas.

Destinatarios

- Emprendedores, desarrolladores, contratistas y cuentapropistas y que deseen adquirir conocimientos en gestión de clientes y reclamos.
- Personas que se desempeñen en puestos comerciales o de ventas.
- Personal operativo de Atención al Cliente, Ventas, o cualquier otro sector de la organización que tenga contacto con clientes.
- Estudiantes principiantes y avanzados de cualquier carrera Universitaria.

Plan de Estudios

Módulo 1: Atención al cliente, gestión de reclamos y medición de la satisfacción

- Qué quieren y esperan los clientes
- Calidad del servicio
- Servicio al cliente
- UNIDAD 4: Cómo gestionar eficazmente las quejas y reclamos. Desarrolle una cultura receptiva a la “voz” del cliente
- Evaluación Final Integradora Obligatoria.
- Evaluación Final Integradora Obligatoria.Recuperatorio.

Bibliografía

- Lazcano, E. (2017). Comunicación emocional (2ª ed.). Madrid, España: ANAYA MULTIMEDIA.
- Laviña, P. H. (2018). Sé transparente y te lloverán clientes: Actúa con principios y cómete el mundo en la era digital (2ª ed.). CABA, Argentina: ANAYA MULTIMEDIA.
- Dayton, D. (2001). Como Gestionar Las Relaciones con Clientes Clave (2ª ed.). Barcelona, España: Gestión 2000.

UTN.BA Campus Online — Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Buenos Aires

Mozart 2300, C1407 CABA, Argentina • +54 11 4867-7500 • campus@frba.utn.edu.ar

Documento generado el 23/07/2026 12:59 • UUID: 34bef935-caf3-450b-ab27-0ff4d6f7ccce