

INENKA

BUSINESS SCHOOL

CURSO DE RECEPCIONISTA DE CLÍNICAS VETERINARIAS + TÉCNICO EXPERTO EN ATENCIÓN AL CLIENTE

LINA072



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:



CECAP

a3en



DESTINATARIOS

La doble titulación **Curso de Recepcionista de Clínicas Veterinarias + Técnico Experto en Atención al Cliente** va dirigido a todas aquellas personas que quieran formarse como recepcionistas, y en especial, a aquellas que quieran trabajar en clínicas veterinarias. A lo largo de la formación, el estudiante conocerá el funcionamiento y la organización de un centro de salud animal, así como la documentación que se utiliza en este tipo de centros y cómo se debe tratar, gestionar y almacenar las bases de datos. Además, el alumno adquirirá los conocimientos necesarios para llevar a cabo la gestión contable y tramitar los documentos legales. Durante la segunda parte de esta formación, el alumno aprenderá las pautas generales de atención al cliente para ofrecer un servicio de calidad. Y por otro lado, estudiará los ratios de control de calidad y los métodos para medir la satisfacción del cliente, así como la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios.



MODALIDAD

ONLINE: una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: ~~3600€~~

Importe Actual: 1800€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el **“CURSO DE RECEPCIONISTA DE CLÍNICAS VETERINARIAS + TÉCNICO EXPERTO EN ATENCIÓN AL CLIENTE”**, de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.

**El contenido del curso se encuentra orientado hacia la adquisición de formación teórica complementaria. Ciertas profesiones requieren una titulación universitaria u oficial que puedes consultar en la web del Ministerio de Educación y en el Instituto Nacional de Cualificaciones.*



CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1. RECEPCIONISTA EN CLÍNICAS VETERINARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CLÍNICA VETERINARIA

1. Introducción
2. Recursos Humanos en Clínicas Veterinarias
3. Calidad y atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN CLÍNICAS VETERINARIAS (I)

1. Variables que influyen en la atención al cliente
2. Las necesidades y los gustos del cliente.
3. Dependencia funcional: organigramas e interrelaciones.
4. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente: naturaleza, efectos.
5. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN EL DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN CLÍNICAS VETERINARIAS

1. Identificación animal y bases de datos
2. Herramientas de gestión de la relación con el cliente: CRM (Customer Relationship Management).
3. Estructura y funciones de una base de datos.
4. Tipos de bases de datos
5. Utilización de bases de datos
6. Internet como canal de venta: uso de los principales navegadores
7. Organización de los métodos de búsqueda
8. La relación con el cliente a través de Internet
9. Medios de pago en Internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERTO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DOCUMENTAL EN CLÍNICAS VETERINARIAS

1. Documentos clínicos
2. Documentos no clínicos, formularios, hoja de reclamaciones, pasaporte europeo, cartilla sanitaria.
3. Documentación legal
4. Gestión básica fiscal y contable en centros veterinarios

5. Elaboración de albaranes, facturas y fichas de almacén.
6. Herramientas informáticas para la gestión del almacén
7. Aspectos legales del ejercicio profesional en centros veterinarios. Legislación vigente aplicada al ámbito de esta actividad. Funciones del profesional. Responsabilidad legal

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ACTUACIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL EN LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

1. Planificación y Organización del Trabajo
2. El Espíritu de Equipo y la Sinergia
3. El Clima de Trabajo
4. Ética Personal y Profesional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Las Relaciones en la Empresa. Humanas y Laborales
2. Tratamiento y Flujo de la Información en la Empresa
3. La Comunicación Interna en la Empresa
4. La Imagen Corporativa e Institucional en los Procesos de Información y Comunicación en las Organizaciones
5. La Comunicación Externa de la Empresa
6. La Relación entre Organización y Comunicación en la Empresa: Centralización o Descentralización.
7. Herramientas de Comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA COMUNICACIÓN ORAL I

1. La Comunicación Oral en la Empresa
2. Precisión y Claridad en el lenguaje
3. Elementos de la Comunicación oral eficaz
4. Técnicas de Intervención verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

1. Proceso de Comunicación Telefónica
2. Prestaciones Habituales
3. Medios y Equipos
4. Realización de Llamadas
5. Protocolo Telefónico

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN ESCRITA

1. Normas Generales de la Comunicación Escrita
2. Estilos de Redacción: Técnicas de Sintetización de Contenidos
3. Técnicas y Normas Gramaticales
4. Diccionarios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. El Cliente
2. La Calidad en la Atención al Cliente
3. Pautas Generales de Atención al Cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN OFICINAS Y SECTOR DE LA ADMINISTRACIÓN

1. Características de la actividad laboral
2. Riesgos profesionales específicos de la familia profesional Administración y Oficinas

PARTE 2. ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Concepto y características de la función de atención al cliente:
 - Empresas fabricantes.
 - Empresas distribuidoras.
 - Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.
 - El defensor del cliente: pautas y tendencias.
2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
 - Organización funcional de las empresas: Organigrama
 - Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
 - Naturaleza.
 - Efectos.
 - Normativa: productos y ámbitos regulados.
4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
 - Marketing relacional.
 - Relaciones con clientes.
 - Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.

- Obtención y recogida de información del cliente.
5. Variables que influyen en la atención al cliente:
 - Posicionamiento e imagen.
 - Relaciones públicas.
6. La información suministrada por el cliente.
 - Análisis comparativo.
 - Naturaleza de la información.
 - Cuestionarios.
 - Satisfacción del cliente.
 - Averías.
 - Reclamaciones.
7. Documentación implicada en la atención al cliente.
 - Servicio Post venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Procesos de calidad en la empresa.
2. Concepto y características de la calidad de servicio.
 - Importancia.
 - Objeto.
 - Calidad y satisfacción del cliente.
3. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
 - Elementos de control.
 - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
 - Medidas correctoras.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Ordenación del Comercio Minorista:
 - Contenido
 - Implicaciones en la atención a clientes.
2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
 - Contenido.
 - Implicaciones.
3. Protección de Datos:
 - Contenido
 - Implicaciones en las relaciones con clientes.
4. Protección al consumidor:
 - Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.