Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 90 h
Precio: 45.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

MF0245_3

CONTENIDOS

1. Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo

####

1.1 Normativa en defensa del consumidor:

####

1.1.1 Derechos y deberes.

####

1.1.2 Legislación Estatal, Autonómica y Local.

####

1.1.3 Legislación Comunitaria.

####

1.2 Instituciones y organismos de protección al consumidor:

####

1.2.1 Tipología.

####

1.2.2 Competencias.

####

1.2.3 Organigrama funcional.

####

1.3 Procedimientos de protección al consumidor:

####

1.3.1 Protección de datos y confidencialidad.

####

1.3.2 Transparencia de los procedimientos.

####

2. Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo

####

2.1 Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente:

####

2.1.1 Naturaleza.

####

2.1.2 Efectos.

####

2.2 Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor.

####

2.3 Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias:

####

2.3.1 Elementos formales que contextualizan la reclamación.

####

2.3.2 Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.

####

2.3.3 Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación.

####

2.4 Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores.

####

2.5 Proceso de tramitación y gestión de una reclamación:

####

2.5.1 Plazos de presentación.

####

2.5.2 Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes.

####

2.5.3 Gestión *on-line*.

####

2.6 Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones.

####

2.6.1 Fases del proceso de resolución.

####

2.6.2 Documentación que se genera.

####

2.7 La actuación administrativa y los actos administrativos:

####

2.7.1 Concepto y elementos.

####

2.7.2 Clases.

####

2.7.3 Eficacia de los actos.

####

2.7.4 El silencio administrativo.

####

2.7.5 Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos.

####

3. **Mediación y arbitraje en materia de consumo**

####

3.1 Conceptos y características:

####

3.1.1 Árbitro.

####

3.1.2 Mediador.

####

3.1.3 Partes implicadas.

####

3.1.4 Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo.

####

3.2 La mediación:

####

3.2.1 Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación.

####

3.2.2 Requisitos exigibles.

####

3.2.3 Procedimientos seguidos.

####

3.3 El arbitraje de consumo:

####

3.3.1 Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje

####

3.3.2 Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional.

####

3.3.3 Organigrama funcional

####

3.3.4 Convenio arbitral: contenido, formalización y validez.

####

3.3.5 Institucionalización del arbitraje.

####

3.3.6 Juntas arbitrales.

####

3.3.7 Laudo arbitral.

####

3.4 Procedimientos de arbitraje en consumo:

####

3.4.1 Principios generales.

####

3.4.2 Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación.

####

3.4.3 Ventajas e inconvenientes.

####

3.5 Documentación en procesos de mediación y arbitraje:

####

3.5.1 Convocatoria.

####

3.5.2 Acta.

####

3.5.3 Resolución.

####

4. **Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo**

####

4.1 Conceptos:

####

4.1.1 Queja.

####

4.1.2 Reclamación.

####

4.1.3 Consulta.

####

4.1.4 Denuncia.

####

4.1.5 Partes intervinientes.

####

4.2 Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones:

####

4.2.1 Situación, percepción, motivación: clima.

####

4.2.2 Tratamiento.

####

4.3 Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones:

####

4.3.1 Interpersonal.

####

4.3.2 Telefónica.

####

4.3.3 Escrita.

####

4.3.4 Telemática.

####

4.4 Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo:

####

4.4.1 Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones.

####

4.4.2 Dialéctica de la argumentación.

####

4.4.3 Negociación y sus técnicas de comunicación.

####

5. **Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios**

####

5.1 Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor).

####

5.2 Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.

####

5.3 Caracterización del proceso de negociación:

####

5.3.1 Tipos de clientes/consumidores/usuarios.

####

5.3.2 Factores influyentes.

####

5.3.3 Departamento gestor.

####

5.3.4 Trámites y documentación.

####

5.4 Planes de negociación:

####

5.4.1 Preparación.

####

5.4.2 Desarrollo.

####

5.4.3 Resolución.

####

6. **Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones**

####

6.1 Tratamiento de las anomalías:

####

6.1.1 Principales incidencias/anomalías.

####

6.1.2 Forma.

####

6.1.3 Plazos.

####

6.2 Procedimientos de control del servicio:

####

6.2.1 Parámetros de control.

####

6.2.2 Técnicas de control.

####

6.3 Indicadores de calidad.

####

6.4 Evaluación y control del servicio:

####

6.4.1 Métodos de evaluación.

####

6.4.2 Medidas correctoras.

####

6.5 Análisis estadístico.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.