

# DOBLE TITULACIÓN

MÁSTER EN GOBERNANTA DE HOTEL

+

MÁSTER EN INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL  
CLIENTE

**esneca**  
BUSINESS SCHOOL

PRMAS214

- CON PRÁCTICAS EN EMPRESA GARANTIZADAS -



## DESTINATARIOS

Esta doble titulación máster en gobernanta de hotel + máster en información y atención al cliente está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores del sector turístico. Permite conocer el sector hotelero, el departamento de pisos del hotel, los aspectos complementarios, la gestión de la atención al cliente/consumidor, las técnicas de información y atención al cliente/consumidor.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

## PRÁCTICAS GARANTIZADAS

El máster incluye prácticas en empresa garantizadas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.

## FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA  
600H



MODALIDAD  
A DISTANCIA / ONLINE



CURSO INICIAL  
ONLINE



TUTORIAS  
PERSONALIZADAS



IDIOMA  
CASTELLANO



DURACIÓN  
HASTA UN AÑO  
\*Prorrogable



PRÁCTICAS EN EMPRESA  
GARANTIZADAS  
\*En ambas modalidades



## IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 1960€  
VALOR ACTUAL: 980€

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

---

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el **“MÁSTER EN GOBERNANTA DE HOTEL + MÁSTER EN INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE”**, de ESNECA 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, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

## REDES SOCIALES

---

 [www.facebook.com/esnecaschool](http://www.facebook.com/esnecaschool)

 [linkedin.com/school/esneca-business-school](http://linkedin.com/school/esneca-business-school)

 [@esneca.business.school](https://www.instagram.com/esneca.business.school)

 [www.esneca.com](http://www.esneca.com)

 [www.twitter.com/ESNECA](http://www.twitter.com/ESNECA)

 [www.esneca.com/blog](http://www.esneca.com/blog)

# **CONTENIDO FORMATIVO**

## **PARTE 1. GOBERNANTA DE HOTEL**

### **MÓDULO 1. EL SECTOR HOTELERO**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y LA HOSTELERÍA**

1. El turismo
2. Los productos turísticos
3. El alojamiento
4. El transporte como componente del producto turístico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL HOTEL**

1. Introducción
2. Clasificación de los hoteles y principales características
3. Unidades de alojamiento y modalidades de estancia
4. Tarifas
5. Estructura general de un hotel: actividades desarrolladas en él y organigrama general

### **MÓDULO 2. EL DEPARTAMENTO DE PISOS DEL HOTEL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PUESTO DE GOBERNANTA**

1. El departamento a cargo de la Gobernanta
2. La Gobernanta
3. Organización y supervisión del servicio de lencería
4. Organización y supervisión del servicio de lavandería
5. Control de llaves y bloqueo de habitaciones
6. Formularios
7. Gestión y organización de los recursos y materiales necesarios para el departamento

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA CAMARERA DE PISOS**

1. Introducción
2. Presencia de la camarera de pisos y complementos para la realización de su trabajo
3. Horarios de trabajo de las camareras de pisos
4. Limpieza de habitaciones
5. La cama
6. El baño
7. Limpieza del suelo y las ventanas
8. Utilización del aspirador
9. Pautas a seguir de forma obligatoria por parte de la camarera de pisos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. REVISIÓN Y CONTROLES DEL TRABAJO REALIZADO**

1. Introducción
2. Revisiones que debe hacer la Gobernanta
3. Controles que debe hacer la Gobernanta

## **MÓDULO 3. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA DECORACIÓN**

1. Introducción
2. Planificación de la idea decorativa
3. Aspectos relevantes para la decoración
4. Estilos decorativos
5. Decoración para los espacios interiores

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. CALIDAD, HIGIENE Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO**

1. Calidad
2. Higiene
3. Prevención de riesgos laborales
4. Tipos de accidentes que se pueden producir
5. Primeros auxilios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. V ACUERDO LABORAL DE ÁMBITO ESTATAL PARA EL SECTOR DE HOSTELERÍA**

1. Introducción
2. Capítulo I. Disposiciones generales
3. Capítulo II. Clasificación profesional
4. Capítulo III. Movilidad funcional
5. Capítulo IV. Promoción profesional
6. Capítulo V. Periodo de prueba del contrato de trabajo
7. Capítulo VI. Contratos formativos
8. Capítulo VII. Formación profesional
9. Capítulo VIII. Régimen disciplinario laboral
10. Capítulo IX. Solución extrajudicial de conflictos laborales
11. Capítulo X. Igualdad efectiva de mujeres y hombres

## **PARTE 2. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

### **MÓDULO 1. INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO**

#### **UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR**

#### **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.
  - Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

## UNIDAD FORMATIVA 2. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Información del cliente:
  - Quejas.
  - Reclamaciones.
  - Cuestionarios de satisfacción.
2. Archivo y registro de la información del cliente:
  - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
  - Elaboración de ficheros.
3. Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
4. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
5. Estructura y funciones de una base de datos.
  - Tipos de bases de datos.
  - Bases de datos documentales.
  - Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
  - Grabación, modificación y borrado de información.
  - Consulta de información.
6. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
  - Procedimientos de protección de datos.
7. Confección y presentación de informes.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:
  - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
  - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
  - Comunicación presencial y no presencial.
  - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
3. Expresión verbal:
  - Calidad de la información.
  - Formas de presentación.
  - Expresión oral: dicción y entonación.
4. Comunicación no verbal
  - Comunicación corporal.
5. Empatía y asertividad:
  - Principios básicos
  - Escucha activa.
6. Comunicación no presencial:
  - Características y tipología.
  - Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica.
  - Expresión verbal a través del teléfono.
  - Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
  - Reglas de la comunicación telefónica.
  - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo

## 7. Comunicación escrita:

- Cartas, faxes.
- Correo electrónico: elementos clave.
- Mensajería instantánea: características.
- Comunicación en las redes (Intra/Internet).