



Diplomado en  
**Alta gerencia del servicio**

---



Adquiera los conocimientos relacionados con el servicio al cliente desde la gestión interna de la compañía y su impacto hacia sus terceros (clientes, proveedores o distribuidores).

## Información **general**



Duración  
**120 horas**



Horario  
**Martes a jueves de  
6:00 p.m. a 10:00 p.m.**



Metodología y sedes  
**Presencial - Bogotá**

Aplica tarifa vigente a la fecha de pago.

## **Justificación**

El desarrollo del presente diplomado aporta a los participantes las herramientas conceptuales y metodológicas que les permiten reconocer y potenciar sus habilidades para gestionar el talento humano de cara al cliente, generando valor agregado y ventaja competitiva en el mercado.

## Perfiles de ingreso

- Profesionales y empresarios de cualquier disciplina que ocupen cargos directivos y que tengan que ver directa o indirectamente con la gestión del talento humano.
- Profesionales y empresarios de cualquier disciplina que ocupen cargos directivos y que tengan que ver directa o indirectamente con el servicio al cliente.
- Profesionales y empresarios de cualquier disciplina que ocupen cargos directivos y que tengan que ver directa o indirectamente con la parte comercial.
- Profesionales vinculados a las áreas de recursos humanos en compañías de cualquier sector de la economía.
- Profesionales de cualquier disciplina, interesados en adquirir conocimientos para gestionar lo humano en las organizaciones.
- Consultores e investigadores.
- Empresarios independientes que deseen desarrollar habilidades estratégicas para la gestión del talento humano.
- Profesionales de diferentes disciplinas interesados en comprender los procesos humanos en la organización y desarrollar estrategias que favorezcan su gestión.
- Profesionales que les interese capitalizar el talento humano como ventaja competitiva dentro del entorno del mercado en el que se desenvuelvan.

## Propósitos de formación

El propósito general del Diplomado es socializar en un ambiente académico los conocimientos relacionados con el servicio al cliente desde la gestión interna de la Compañía y su impacto hacia sus terceros (Clientes, proveedores o distribuidores).

- Activar y reconocer en los participantes el deseo de servir y su sensibilización sobre la importancia que tiene para la vida personal y de las organizaciones el servicio tanto a nivel interno como externo.
- Identificar herramientas que facilitan el manejo de situaciones difíciles que se presentan en la prestación del servicio, con la finalidad de conservar la calidad y calidez en el contacto con el cliente interno y externo.
- Brindar pautas de etiqueta y protocolo en la atención y servicio que generen un ambiente responsable, cálido y que respete el límite de la confianza con el otro.
- Identificar cuáles son los posibles acuerdos de servicio que generan una construcción de cultura organizacional orientada a la atención del cliente interno y externo.

## Competencias a desarrollar

- Al finalizar el diplomado, el participante habrá desarrollado las capacidades de:
- Entender cómo se relacionan las competencias humanas con la competitividad y la estrategia empresarial.
  - Aprender cómo se aplica un modelo de competencias humanas al desarrollo del capital humano.

- Conocer cuáles son los aspectos claves para implementar con éxito un modelo de gestión por competencias.
- Conocer la legislación laboral y los principales requerimientos para la administración del recurso humano.
- Definir políticas de compensación salarial y definir estrategias de remuneración y desarrollo del equipo humano.
- Aprender a diseñar e implementar programas para el desarrollo de los equipos de trabajo basado en las necesidades reales de la organización.
- Definir el concepto de branding interno para la empresa.
- Desarrollar el concepto de branding interno como elemento fundamental para el desarrollo de valor y talento dentro de las organizaciones.
- Conocer las claves para el desarrollo de nuevas prácticas culturales y generacionales teniendo en cuenta nuevos comportamientos, desde una visión estratégica de la organización en torno a la marca.
- Aprender a potenciar los factores para establecer una cultura de branding en la compañía: liderazgo y competencia de los directivos, participación y motivación de los empleados y comunicación interna.
- Entender la repercusión que tiene la falta de comunicación interna para brindar un buen servicio.
- Generar estrategias para generar un servicio ideal desde el interior de la organización.
- Ayudar a los participantes a encontrar las brechas que pueden existir en las organizaciones respecto al servicio.
- Identificar los protagonistas del servicio desde el interior de la organización hacia el externo.
- Entender la importancia de la empatía.
- Ponerse en el lugar del otro.
- Realizar juego de roles.
- Entender la diferencia entre trabajo en equipo y trabajo en grupo.
- Capacidad de entender la importancia de la planeación del servicio.
- Los momentos de verdad que tiene el cliente al momento de estar impactado por la marca.
- Generar conciencia de planear el servicio.
- Saber realizar negociaciones con diferentes tipos de clientes.
- Reconocer el perfil de cliente.
- Tener un pensamiento estratégico para abordar el cliente.
- Generar un protocolo apropiado para los tipos de clientes que tenga la compañía.
- Hacer una segmentación para lograr identificar donde está el cliente prospecto e ideal acorde al servicio o producto que se oferte.

## Plan de estudios

Módulo 1  
**ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO**

- Evolución histórica del área de gestión y dirección de personas.
- La función y gestión contemporánea de los recursos humanos en la empresa.
- Principales tendencias en materia de gestión y dirección de personas.
- Funciones del área de dirección y gestión de personas.
- Objetivos y políticas de gestión y dirección de personas
- Principales prácticas y procesos de gestión y dirección de personas.

Módulo 3  
**LIDERAZGO HACIA EL SERVICIO INTERNO Y EXTERNO**

- Distinguir el cliente interno y externo en las organizaciones.
- Liderazgo en el servicio.
- Servicio para el cliente interno y su importancia.
- Servicio para el cliente externo y su importancia.

Módulo 5  
**PLANEACIÓN ESTRATEGICA ENFOCADA AL SERVICIO**

- La medición de las relaciones.
- Gestión de relación con el cliente.
- Crecimiento de las relaciones con el cliente.
- Planeación estratégica del servicio.
- Momentos de verdad del cliente.

módulo  
**01**

módulo  
**02**

módulo  
**03**

módulo  
**04**

módulo  
**05**

módulo  
**06**

Módulo 2  
**COMPROMISO Y FIDELIZACIÓN**

- Branding interno.
- Planificación estratégica para la fidelización y compromiso de los colaboradores en todos los niveles jerárquicos.
- Cultura corporativa y su impacto.
- Entendiendo las generaciones que fundamentan la fuerza laboral de las compañías.

Módulo 4  
**TRABAJO EN EQUIPO PARA BRINDAR SERVICIO**

- Concepto de trabajo en equipo y en grupo.
- Empatía y rapport.
- Inteligencia emocional.
- Resolución de conflictos.

Módulo 6  
**CONOCIMIENTO DEL CLIENTE E INTELIGENCIA DE MERCADOS**

- Negociación estratégica.
- Negociación con el método URY de Harvard.
- Pensamiento estratégico.
- Tipos de pensamiento estratégico.
- Segmentación de mercados.
- Tipos de clientes.
- Protocolo de atención según la industria y mercado.
- Investigación de mercados.

## Requisitos para ingreso

- Formulario de inscripción diligenciado y con firma.
- 2 fotografías tipo documento 3×4 fondo blanco.\*
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía ampliada al 150% o equivalente según el país de origen del estudiante, pasaporte y visa.

\* Las fotografías deben ser en alta resolución, no tener más de 6 meses de antigüedad, centrada y enfocada, la cara debe aparecer mirando directamente a la cámara, no de perfil ni mirando por encima del hombro, y no debe haber sombras sobre la cara ni sobre el fondo. No se aceptarán fotos con gafas de fantasía ni con reflejos en los cristales, ni con sombrero, gorro, pañuelo o uisera. En caso de traer la documentación por medio físico, se debe tener en cuenta que las fotografías deben ser impresas en papel de calidad fotográfica (no papel común).

## Descuentos y Entidades FINANCIERAS

- Para mayor información sobre los **DESCUENTOS** que ofrece la Universidad a sus aspirantes y egresados:  
[http://www.unipiloto.edu.co/descargas/DESCUENTOS\\_EC.pdf](http://www.unipiloto.edu.co/descargas/DESCUENTOS_EC.pdf)

Aplican convenios con **ENTIDADES FINANCIERAS** vigentes. para mayor información:  
[http://www.unipiloto.edu.co/descargas/ENTIDADES-FINANCIERAS\\_2019.pdf](http://www.unipiloto.edu.co/descargas/ENTIDADES-FINANCIERAS_2019.pdf)

La información estará sujeta a cambios según disposiciones de cada entidad.



## Contáctenos

Dirección de Posgrados y Educación Continuada  
Universidad Piloto de Colombia  
[direccionpostgrados@unipiloto.edu.co](mailto:direccionpostgrados@unipiloto.edu.co)  
[www.unipiloto.edu.co](http://www.unipiloto.edu.co)

**PBX: 232 4122**  
Calle 45 A No. 9 - 17  
Bogotá - Colombia.

“La Universidad se reserva el derecho de apertura o aplazamiento de los programas en caso de no contar con el número mínimo de inscritos. El grupo docente estará sujeto a cambios según disponibilidad de su agenda al igual que el cronograma y horarios de actividades académicas”

Nota: Certificado NTC-ISO 9001:2008 para el diseño y prestación de servicios académicos de educación continuada bajo la metodología presencial.

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Vigencia desde 2019