



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA MARKETING

#### 1. Datos generales

Materia:	MARKETING DE SERVICIOS	Nivel:	8
Código:	FAD0242	Distribución de horas.	
Paralelo:	A		
Periodo :	Marzo-2020 a Agosto-2020		
Profesor:	VANEGAS MANZANO PAUL FERNANDO		
Correo electrónico:	pvanegas@uazuay.edu.ec		

#### Prerrequisitos:

Código: FAD0047 Materia: MARKETING ESTRATÉGICO

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

Por otro lado, el marketing de servicios hará énfasis en todo el conjunto de actividades que una organización lleva a cabo para satisfacer una necesidad determinada a través de un bien intangible y no perecible que, en la práctica, se conoce como servicios. Esta es, por tanto, una de las áreas más dinámicas y de mayor desarrollo dentro del campo.

Este curso pretende trabajar sobre una de las disciplinas más orientadas al análisis de los comportamientos de los mercados de consumidores dentro de la mercadotecnia. En particular, el Marketing de Servicios buscará explorar la gestión comercial de cualquier organización y desarrollar las herramientas necesarias para retener, fidelizar y proponer nuevos clientes.

Conocer y partir de las características básicas de los servicios que permitirían establecer estrategias correctas de gestión comercial. Poder establecer un mix de marketing desde todas las áreas específicamente aplicado al campo del marketing de servicios.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

01.01.	Desarrollo de la teoría de servicios
01.02.	Servicios y valor para el consumidor
01.03.	Definición de Servicios
02.01.	Servicios al productor vs servicios al consumidor
02.02.	Niveles e intangibilidad
02.03.	Estatus del servicio dentro de la oferta del producto
02.04.	Extensión e inseparabilidad
02.05.	Patrones de entrega de servicios
02.06.	Orientación al cliente
02.07.	Importancia de los servicios para el comprador
02.08.	Servicios de Comerciales vs Servicios Social
03.01.	Productos
03.02.	Precio

03.03.	Comunicación
03.04.	Canal
03.05.	Cliente
03.06.	Procesos
03.07.	Evidencia física
05.01.	Satisfacción del Cliente
05.02.	Fidelidad del Cliente
05.03.	Gestión del Servicio
05.04.	Gestión del Valor y Prestación del Servicio
05.05.	El Servicio Deseado
05.06.	El Servicio Esperado
05.07.	Las Percepciones
05.08.	La Calidad del Servicio
05.09.	La Retención de Clientes
05.10.	Medición del Servicio al Cliente
05.11.	Desarrollo de la técnica – Ciclo de servicio al cliente
05.12.	Manejo de Niveles de Comunicación Eficaz

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### Evidencias

#### ab. Estudiar y comprender las necesidades sociales, culturales y empresariales de la sociedad.

-Realizar Gerencia de Mercado, Ventas, Producto, Proveedores y Canales de Distribución

-Evaluación escrita  
-Investigaciones

#### bh. Manejar adecuadamente la gestión integral del cliente.

-Generar nuevas Propuestas, Proyectos, y Soluciones de alto valor y trascendencia social y empresarial

-Evaluación escrita  
-Investigaciones

-Manejar adecuadamente la gestión integral del cliente

-Evaluación escrita  
-Investigaciones

-Manejar la Comunicación, Publicidad, Marca, Merchandising, Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

-Evaluación escrita  
-Investigaciones

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	individual	Clasificación de los servicios, Introducción, Mix Marketing de Servicios	APORTE	10	Semana: 2 (08-ABR-20 al 13-ABR-20)
Investigaciones	grupál	Garantía de Servicio al Cliente, Mix Marketing de Servicios	APORTE	5	Semana: 8 (20-MAY-20 al 25-MAY-20)
Evaluación escrita	escrito	Garantía de Servicio al Cliente	APORTE	5	Semana: 10 (03-JUN-20 al 08-JUN-20)
Evaluación escrita	individual	Gestión de Clientes, Merchandising	APORTE	10	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	final	Clasificación de los servicios, Garantía de Servicio al Cliente, Gestión de Clientes, Introducción, Merchandising, Mix Marketing de Servicios	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	supletorio	Clasificación de los servicios, Garantía de Servicio al Cliente, Gestión de Clientes, Introducción, Merchandising, Mix Marketing de Servicios	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Rolando Arellano Cueva,	Pearson	Marketing enfoque América Latina : el marketing científico aplicado a latinoamérica	2010	
Philip Kotler, Autor ; Kevin Lane Keller, Autor	Pearson	Dirección de marketing	2012	
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	

#### Web

Autor	Título	Url
Juan Carlos Camacho Castellanos	Marketing de servicios	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3200330&amp;query=marketing+de+servicios">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3200330&amp;query=marketing+de+servicios</a>

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

Autor	Título	Url
Marketing comunidad	Marketing comunidad	<a href="http://www.marketingcomunidad.com">http://www.marketingcomunidad.com</a>

#### Software

#### Revista

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **26/02/2020**

Estado: **Aprobado**