



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 | grupales | 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 | https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3200330&query=marketing+de+servicios |

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

| Autor | Título | Url |
|---------------------|---------------------|---|
| Marketing comunidad | Marketing comunidad | http://www.marketingcomunidad.com |

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **26/02/2020**

Estado: **Aprobado**