



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-2021 a Julio-2021		
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
06.01.	Punto de Venta
06.02.	Material POP
06.03.	Flujo de Clientes y Distribución Física
06.04.	Planogramas

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
-Trabajos prácticos -
productos

bh. Manejar adecuadamente la gestión integral del cliente.

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

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

-Manejar adecuadamente la gestión integral del cliente

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

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

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	EVALUACIÓN INICIAL	Clasificación de los servicios, Introducción, Mix Marketing de Servicios	APOORTE DESEMPEÑO	10	Semana: 11 (25-MAY-21 al 29-MAY-21)
	APOORTE CUMPLIMIENTO		APOORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
	APOORTE ASISTENCIA		APOORTE ASISTENCIA	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
Trabajos prácticos - productos	TRABAJO FINAL	Clasificación de los servicios, Garantía de Servicio al Cliente, Gestión de Clientes, Introducción, Merchandising, Mix Marketing de Servicios	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Evaluación escrita	EVALUACION INDIVIDUAL	Clasificación de los servicios, Garantía de Servicio al Cliente, Gestión de Clientes, Introducción, Merchandising, Mix Marketing de Servicios	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)
Trabajos prácticos - productos	TRABAJO FINAL	Clasificación de los servicios, Garantía de Servicio al Cliente, Gestión de Clientes, Introducción, Merchandising, Mix Marketing de Servicios	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Evaluación escrita	EVALUACION INDIVIDUAL	Clasificación de los servicios, Garantía de Servicio al Cliente, Gestión de Clientes, Introducción, Merchandising, Mix Marketing de Servicios	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19-JUL-21 al 24-JUL-21)

Metodología

Criterios de evaluación

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/uasuyasp/detail.action?docID=3200330&query=marketing+de+servicios

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **11/03/2021**

Estado: **Aprobado**