



FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN

1. Datos generales

Materia: SERVUCCIÓN
Código: IPR0605
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
Profesor: CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN
Correo electrónico: ecrespo@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0		96	160

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Dentro de esta asignatura se pretende enseñar al alumno los factores que se deben considerar para poder lograr un adecuado proceso de servicios, el mismo que se lo conoce como Servucción. Además se desea cubrir las etapas y componentes que deben considerar en el momento de administrar el servicio, y también las consideraciones para el establecimiento de una empresa de servicios. Se dará una introducción a la negociación y a la toma de decisiones, que son capacidades que deben lograr los gerentes de hoy en día. También se enseñarán algunos mecanismos utilizados por la Gerencia de Marketing para encontrar nuevos segmentos de mercado, aprender a entender y retener a los clientes, y como garantizar un adecuado proceso de servicio.

La forma en que la actual orientación al mercado difiere de otras épocas anteriores orientadas a la producción y ventas, actualmente se basa en comprender la forma en que los consumidores compran y evalúan los servicios. La asignatura busca comprender la forma en la cual las organizaciones construyen y forman relaciones estrechas con los clientes mediante el uso del pensamiento actual acerca del marketing de las relaciones con los clientes y de valor para los clientes. Cuando se trata de servicios, el panorama se vuelve más complejo, y en referencia a esta complejidad se buscará explicar la función de las cuatro P en la mezcla de marketing de servicios, reconocer en qué difieren los servicios y cómo pueden clasificarse, con el objetivo único de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes

El conocimiento y la destreza del manejo de la servucción proporcionaran al estudiante técnicas para implementar y controlar los procesos de servicio en las actividades empresariales. Además permitirán al estudiante formular los procesos de servicio negocio en base a las asignaturas aprendidas, ya que estarán en capacidad de plantearse negocios de servicio como son el comercio electrónico, empresas consultoras, servicio técnico, centros de capacitación, entre otras.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Introducción a los servicios
1.2	Diferencias fundamentales
1.3	Pensar en el diseño - Design Thinking
1.4	Especialidades del Marketing de Servicios
1.5	Servucción: El proceso de creación de servicios
1.6	Características generales de los servicios
1.7	Proceso de decisión del usuario del servicio

1.8	Satisfacción del cliente
1.9	El servicio como factor clave
1.10	Establecimiento de relaciones con el cliente y fidelización.
2.1	Proceso de prestación de servicios (servucción)
2.2	Las cuatro C de los servicios
2.3	Clasificación de los servicios
2.4	Dimensiones de la calidad de los servicios
2.5	Cómo aplicar modelos de eficiencia en los servicios
2.6	Análisis del ciclo de vida del servicio
2.7	Administración del Marketing de Servicios por las 7p
2.8	Fijación de precios
2.9	Puntos de distribución
2.10	Promoción y Publicidad
2.11	Personas que aportan a la cadena de valor
2.12	Pruebas de desempeño
2.13	Administración del proceso de servicio: Factores
2.14.1	Desarrollo de los servipanoramas
2.14.2	Atmosfera de servicio
2.14.3	Diseño del ambiente de servicios
2.15.1	Importancia, Roles, Conflictos
2.16	Cadena de servicios
2.17	Participación del cliente
2.18	Administración del cliente, relaciones y tiempos de espera
3.1	Medición de satisfacción de clientes
3.2	Retención de clientes
3.3	Manejo de fallas y rescate de clientes
3.4	Definición y medición de la calidad de servicios (servqual)
3.5	Fidelización de clientes
3.6	Mejoramiento continuo
3.7	Creación de valor para el usuario
4.1	Modelo de los tres estratos
4.2	Determinación de capacidad instalada
4.3	Desarrollo de procesos
4.4	Desarrollo de productos-servicios

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

. Desarrolla el análisis y diagnóstico de situaciones laborales, evaluando y seleccionando alternativas con el empleo de criterios técnicos y tecnológicos.

-Toma e implementa habitualmente sus decisiones basadas en su conocimiento de servucción y gestión del servicio.

Evidencias

-Foros, debates, chats y otros
-Reactivos

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

. Emplea recursos científicos y prácticos para solucionar problemas empresariales operativos y administrativos.

-Desarrolla continuamente competencias basadas en su conocimiento de servucción, emprendimiento y gestión del servicio.

-Foros, debates, chats y otros
-Reactivos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

. Planifica y ejecuta las estrategias, planes y programas de producción.

-Propone iniciativas de análisis, diagnóstico y resolución de problemas prácticos aplicando su conocimiento de servucción, emprendimiento y gestión del servicio.

-Foros, debates, chats y otros
-Reactivos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Foros, debates, chats y otros	Foros y debates sobre el material revisado	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 8 (03-MAY-21 al 08-MAY-21)
Reactivos	Controles de lectura	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 8 (03-MAY-21 al 08-MAY-21)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos empresariales	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 12 (31-MAY-21 al 05-JUN-21)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos de investigación	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 12 (31-MAY-21 al 05-JUN-21)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 15 (21-JUN-21 al 26-JUN-21)
Trabajos prácticos - productos	Artículo sobre modelos y gestión de servicios	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Sustentación del artículo	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Artículo sobre modelos y gestión de servicios	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Sustentación del artículo	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS			

Metodología

Descripción	Tipo horas
Se aplica la metodología de aula invertida, en la que los estudiantes deberán revisar los contenidos, así como los casos empresariales. El material será utilizado como referencia y complemento a los aspectos teóricos que serán tratados en las clases asistidas. Se utilizará el campus virtual para presentar las diferentes tareas y trabajos que los estudiantes deberán realizar en el periodo planificado.	Autónomo
El enfoque práctico esta orientado a crear y desarrollar criterios para el análisis, la ejecución y la toma de decisiones y comprende la realización de estudios de casos y ejercicios grupales o individuales como práctica laboral en la formación del marketing de servicios y todo lo que guarda relacion con la generacion de valor al producto antes de sacarlo al mercado	Horas Autónomo
Se utiliza una metodología que combina una formación teórica con un gran énfasis en la aplicación práctica de los conocimientos a través de la ejecución continua de trabajos de aplicación realizados sobre la realidad de las empresas en el medio nacional e internacional.	Horas Docente
El componente docente se resume en clases asistidas vía Zoom, donde se expondrán los aspectos teóricos y solventarán las dudas que los estudiantes mantengan luego de la revisión del material presentado.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Las actividades y tareas serán programadas en el campus virtual. Será responsabilidad de los estudiantes realizarlas en el tiempo establecido. Todos los trabajos serán recibidos en el campus virtual. No se receptorán trabajos, tareas, pruebas o actividades extratemporáneas. Los trabajos copiados serán calificados con 0 puntos.	Autónomo
Se considera la asistencia y participación en las sesiones síncronas. No se receptorán trabajos, tareas, pruebas o actividades extratemporáneas. Los trabajos copiados serán calificados con 0 puntos. La presentación de los trabajos requieren de una preparación por parte del estudiante. El trabajo final, que consiste en un artículo, será evaluado por un tribunal y analizado aspectos relacionados con similitud de contenidos con la herramienta Urkund. Los trabajos que superen el umbral máximo del 5% y que no estén citados, serán calificados automáticamente con 0 puntos, y se aplicará la sanción considerada en la normativa.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	
Azanza Belén Bermeo Israel	Tesis UDA	Manual de procedimientos para la gestión del proceso de Servucción dentro de la industria ecuatoriana de restauración; modelo de propuesta para "Parrilladas El Fogón".	2015	
Alexander Osterwalder Yves Pigneur		Generacion de modelos de negocios	2011	

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Ellen Lupton	Gustavo Gili	Intuición, Acción, Creación. Graphic Design Thinking	2011	
Thomas Lockwood		Design Thinking: Integrating Innovation		
Brown, Tim	Harvard Business Review América Latina	Design Thinking	2008	R0809N-E

Web

Autor	Título	Url
IMUR, Instituto de Marketing	Marketing de servicios:	http://www.imur.com.uy/imur/wp

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/03/2021**

Estado: **Aprobado**