



FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN

1. Datos generales

Materia: SERVUCCIÓN
Código: IPR0605
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2022 a Agosto-2022
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

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

. Desarrolla el análisis y diagnóstico de situaciones laborales, evaluando y seleccionando alternativas con

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia el empleo de criterios técnicos y tecnológicos.

Evidencias

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

-Reactivos
-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.

-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.

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

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Evaluación con reactivos	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS	APORTE	3	Semana: 4 (12-ABR-22 al 14-ABR-22)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de un caso empresarial	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS, DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS	APORTE	7	Semana: 5 (18-ABR-22 al 23-ABR-22)
Reactivos	Evaluación con reactivos	DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE	3	Semana: 8 (09-MAY-22 al 14-MAY-22)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos empresariales	DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE	7	Semana: 9 (16-MAY-22 al 21-MAY-22)
Trabajos prácticos - productos	Video documental sobre 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	10	Semana: 13 (13-JUN-22 al 18-JUN-22)
Trabajos prácticos - productos	Artículo académico sobre 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	20	Semana: 19-20 (24-07-2022 al 30-07-2022)
Reactivos	Evaluación con reactivos sobre 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	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
El trabajo autónomo plantea la aplicación de la metodología de aula invertida. Para ello, el estudiante preparará la materia disponible en el aula virtual, y en clase realizar las actividades solicitadas. Además, es importante realizar las tareas indicadas en ella, los cuales serán parte del componente de evaluación.	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, a través de casos de estudio. El examen final consiste en un artículo académico que recoja las experiencias sobre la gestión de servicios en nuestro país.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
La ética y la honestidad estarán presente en todo momento. Es por ello que los trabajos o evaluaciones que sean copiadas serán sancionadas con 0 puntos y reportadas a las autoridades de la Universidad, tal como lo establece el estatuto. Las tareas asignadas en el campus virtual son obligatorias y forman parte del componente de calificación. No se receptorán trabajos o evaluaciones fuera del plazo establecido.	Autónomo
Las tareas que se realicen en clase serán evaluadas en ese momento. No se aceptarán trabajos fuera de tiempo, salvo autorización del decanato. Al igual que en el componente autónomo, la ética y la honestidad estarán presente en todo momento. Es por ello que los trabajos o evaluaciones que sean copiadas serán sancionadas con 0 puntos y reportadas a las autoridades de la Universidad, tal como lo establece el estatuto.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
MORALES PEREIRA, SILVIA MARIA; GIULIANI, ANTONIO CARLOS; KROB MENEGHETTI, ROSA GITANA; CAVAZOS ARROY	UPAEP	APLICACIÓN DE LA MATRIZ BCG (BOSTON CONSULTING GROUP); EN LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS EDUCATIVOS/ AP	2010	NO INDICA

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
CABARCOS, N.	Ediciones de la U.	ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS	2011	978-958-86754-0-4
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **11/03/2022**

Estado: **Aprobado**