

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: MARKETING DE SERVICIOS
Código: MTC0020
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2022 a Febrero-2023
Profesor: VANEGAS MANZANO PAUL FERNANDO
Correo electrónico: pvanegas@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Código: UID0600 Materia: UPPER INTERMEDIATE

2. Descripción y objetivos de la materia

Marketing de Servicios cubrirá la gestión del cliente desde el desarrollo de modelos adecuados para cada realidad organizacional clasificando el tipo de servicio en búsqueda de la fidelidad y relaciones a largo plazo.

El servicio en la actualidad es la base fundamental en cualquier organización que requiere mantener clientes a largo plazo y poder generar un posicionamiento diferenciado entre sus competidores, para eso debe entender el comportamiento del consumidor haciendo una segmentación adecuada basada en una investigación de mercados encontrando la mejor forma de comunicar.

La comercialización de un servicio es diferente de un producto, porque los servicios no pueden ser una propiedad. Por el contrario, simplemente se pueden utilizar durante un período de tiempo. Debido a esto, es importante que un representante de una empresa de servicios se centre en proporcionar a los clientes un valor excepcional.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1	Comprensión de los Mercados, Producto y Clientes de Servicios
2	Creación de Modelo de Servicio
3	Administración de Interface de cliente
4	Implementación de estrategia de servicios redituables

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

SMK. Maneja adecuadamente la gestión integral del cliente y entiende el comportamiento del consumidor.

Evidencias

-Diferencia el valor de un producto de un servicio.

-Evaluación escrita

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

-Elabora un plan de marketing de servicios.

-Informes
-Investigaciones

-Genera relaciones con el cliente a corto, mediano y largo plazo.

-Evaluación escrita
-Informes
-Investigaciones
-Evaluación escrita
-Informes
-Investigaciones

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	individual	Comprensión de los Mercados, Producto y Clientes de Servicios	APORTE	5	Semana: 4 (11-OCT-22 al 15-OCT-22)
Evaluación escrita	individual	Comprensión de los Mercados, Producto y Clientes de Servicios	APORTE	5	Semana: 6 (24-OCT-22 al 29-OCT-22)
Investigaciones	grupal	Creación de Modelo de Servicio	APORTE	5	Semana: 8 (07-NOV-22 al 12-NOV-22)
Informes	grupal	Administración de Interface de cliente	APORTE	5	Semana: 9 (14-NOV-22 al 16-NOV-22)
Evaluación escrita	individual	Administración de Interface de cliente, Implementación de estrategia de servicios redituables	APORTE	5	Semana: 12 (05-DIC-22 al 10-DIC-22)
Evaluación escrita	individual	Administración de Interface de cliente, Implementación de estrategia de servicios redituables	APORTE	5	Semana: 14 (19-DIC-22 al 22-DIC-22)
Evaluación escrita	final	Administración de Interface de cliente, Comprensión de los Mercados, Producto y Clientes de Servicios, Creación de Modelo de Servicio, Implementación de estrategia de servicios redituables	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (22-01-2023 al 28-01-2023)
Evaluación escrita	supletorio	Administración de Interface de cliente, Comprensión de los Mercados, Producto y Clientes de Servicios, Creación de Modelo de Servicio, Implementación de estrategia de servicios redituables	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Se valorará la participación en las actividades de aprendizaje cooperativo.	Autónomo

El aprendizaje tiene como objetivo la adquisición de conocimiento, el desarrollo de habilidades y la solidificación de hábitos de trabajo; para la presente asignatura se utilizará como metodología la combinación de exposiciones de los contenidos fundamentales sobre los servicios, con la discusión y resolución de casos prácticos; en algunos momentos de la materia se intentará aplicar métodos alternativos en donde el educador es solo un guía, un mero acompañante del camino del aprendizaje, encargado de estimular la curiosidad y las ganas de descubrir el entorno en el que vive el estudiante, esto se concretará en las exposiciones, presentaciones y aplicación de los conocimientos impartidos.

Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se evaluará la participación activa en trabajo cooperativo.	Autónomo

El criterio principal será la participación en las actividades acordadas y detalladas en la metodología.

Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Gremler Dwayne D., Bitner Mary Jo, Zeithaml Valarie A.	McGraW Hill México	Marketing de servicios	2009	
Wirtz Jochen, Lovelock Christopher	Pearson México	Marketing de servicios, personal, tecnología y estrategia	2009	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Vanegas Paul	Patria	Formulacion de pequeños proyectos rurales	2007	

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **13/09/2022**

Estado: **Aprobado**