

FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN

1. Datos generales

Materia: SERVUCCIÓN
Código: IPR0605
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2024 a Junio-2024
Profesor: SUAREZ BRIONES DIEGO SEBASTIAN
Correo electrónico: ssuarez@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	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS
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	DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS
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	Evidencia física: proceso
2.14.1	Desarrollo de los servipanoramas
2.14.2	Atmosfera de servicio
2.14.3	Diseño del ambiente de servicios
2.15	Persona de contacto
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	LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS
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	CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS

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

Evidencias

. 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.

-Evaluación escrita
-Evaluación oral

. 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.

-Evaluación escrita
-Evaluación oral

. 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.

-Evaluación escrita
-Evaluación oral

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Primera evaluación escrita	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS	APORTE	5	Semana: 5 (25-MAR-24 al 28-MAR-24)
Evaluación oral	Primer trabajo autónomo	ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS	APORTE	5	Semana: 5 (25-MAR-24 al 28-MAR-24)
Evaluación escrita	Segunda evaluación escrita	DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS	APORTE	5	Semana: 8 (15-ABR-24 al 20-ABR-24)
Evaluación oral	Segunda evaluación oral	DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE	5	Semana: 9 (22-ABR-24 al 26-ABR-24)
Evaluación escrita	Tercera evaluación escrita	CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS, LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS	APORTE	5	Semana: 12 (13-MAY-24 al 18-MAY-24)
Evaluación oral	Tercera evaluación oral	CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS	APORTE	5	Semana: 13 (20-MAY-24 al 25-MAY-24)
Evaluación escrita	Primer examen escrito	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: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Evaluación escrita	Examen supletorio	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: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los estudiantes deberán aplicar los conocimientos adquiridos en clase mediante presentaciones grupales de casos aplicados	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.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Se evaluarán las presentaciones en formato digital y físico de los proyectos que los estudiantes realizarán de manera grupal.	Autónomo
Se realizarán evaluaciones escritas para medir el nivel de comprensión de los conceptos enseñados en clases	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

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **19/02/2024**

Estado: **Aprobado**