

DISEÑO CURRICULAR BASADO EN COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA GERENCIA DE SERVICIOS

1. DATOS GENERALES:

Carrera: Tecnología en Administración de Empresas	Nivel:	Código:
Unidad Académica Ciencias Educación Comercial y Derecho	Núm. Créditos: 3	Docente:
Asignatura: Gerencia de servicios	Total de Horas: 96	Horas presencial: 48 Horas no presenciales: 48

2. Fundamentación Científica de la Asignatura.

Este curso está orientado a conocer y aplicar las técnicas y herramientas que permitan conceptuar y operar los servicios en el mercado.

La asignatura considera el estudio de los servicios y sus diferencias con los bienes, así como el proceso de compra, reacciones de los clientes, también los procesos de compra del cliente de servicios.

Esta asignatura pertenece al área curricular de formación especializada, es teórico- práctica y tienen el propósito de diseñar y gestionar las actividades de servicio mediante métodos y fundamentos que permitan optimizar los procesos y decisiones

3. Caracterización de la Asignatura.

¿Qué Es?	Es una carrera de estudio en que las sociedades empresariales buscan optimizar los servicios enfocados en el cliente.
¿Qué necesidades resuelve?	El gestor de servicios se enfrenta además a interminables reuniones, revisiones y modificaciones del cliente, directivos o altos mandos; y obliga al profesional a pasar muchas horas de trabajo desarrollando servicios para la satisfacción del cliente.
¿Qué Persigue?	Satisfacer necesidades del cliente, actividades empresariales y optimizar los recursos administrativos
¿De qué se ocupa?	De evaluar las situaciones y tomar decisiones apropiadas para solución de problemas de servicios
¿Qué Relaciones se dan?	Tiene relación con todas las áreas como la financiera, marketing, etc.

4. Objetivos:

4.1. Generales.

Formar personal altamente capacitado para la adecuación de la empresa de servicios al nuevo contexto de la actividad de negocios, incentivando la investigación y la generación de propuestas ante la actual problemática empresarial.

4.2. Específicos.

- Fortalecer las estructuras empresariales locales mediante el diseño y la prestación de servicios de calidad con recursos avanzados relativos a la innovación.
- Asentar los modelos corporativos de servicios en el ámbito local nacional e internacional para la mejora del espíritu empresarial.
- Fomentar el desarrollo de la creatividad y educación científico – tecnológica en el desarrollo socioeconómico competitivo

5. Competencia de la asignatura

Reconoce la diferencia entre bienes y servicios, identifica cuales son los elementos de la visión de un negocio de servicios, además sabe cuáles son los elemento integrales de un negocios de servicios. Sabe cuál es el comportamiento del consumidor de servicios.

Revisar los conceptos relevantes de la asignatura a través de procesos de análisis y evaluación; permitiendo que el estudiante participe activamente y sea capaz de diseñar estructuras empresariales en la sociedad en que se desempeña

6. Contenidos.

UNIDAD DE COMPETENCIA	1	CRÉDITO	1	TOTAL HORAS: 32	
Diferenciar los diferentes aspectos y las interrelaciones entre productos y servicios					
El negocio de los servicios				HORAS	
SISTEMA DE CONOCIMIENTO	SISTEMA DE HABILIDADES		SISTEMA DE VALORES	P	N.P
- El negocio de los servicios. Introducción. - Conceptos básicos. - Marketing vs. Administración de servicios. - Los clientes no son propietarios de los servicios. - Los servicios como desempeño intangible. - Aspectos distintivos de los servicios. - Mayor variabilidad en las entras que en las salidas. - Dificultad en la evaluación por parte de los clientes. - Ausencia de inventarios. - Importancia del factor	Seleccionar cuáles son los factores internos y externos de las organizaciones.		Implementar los sistemas de calidad en los productos y servicios dentro de la estructura organizacional	16	16

tiempo. - Diferentes canales de distribución. - Lectura				
TOTAL:			32	

TAREAS INVESTIGATIVAS Y LABORALES DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA	1
- Tareas diarias: Investigaciones, exposiciones, lección oral y ejercicios prácticos. - Tareas del crédito: Investigar sobre el origen de las empresas y los Ambientes del entorno.	

UNIDAD DE COMPETENCIA	2	CRÉDITO	1	TOTAL HORAS: 32	
Misión del negocio de servicios					
Compromiso de la corporación de servicios				HORAS	
SISTEMA DE CONOCIMIENTO	SISTEMA DE HABILIDADES		SISTEMA DE VALORES		
• Visión estratégica del negocio de servicio. • - Introducción. • - Segmento del mercado meta. • Concepto de servicio. • - Estrategia operativa. • - Sistema de entrega de	Dinamizar las ideas, para la creación de estructuras como solución al empresario		Ser éticos en las estrategias aplicadas, para conformar la estructura organizacional		
			16		16

servicios • Componentes de la administración integral de servicios.. • - Introducción. • - Elementos del servicio esencial. • - Procesos. • La calidad. • - El personal. • - La promoción y educación. • - La evidencia física. • - Los precios y otros costos para el cliente. • La sinergia en la administración de servicios. • - Los procesos de marketing. • - Los procesos de operaciones. • - Los procesos de recursos humanos.				
TOTAL:			32	

TAREAS INVESTIGATIVAS Y LABORALES DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA	2
--	----------

- Tareas diarias: Investigaciones, exposiciones, lección oral y ejercicios prácticos.
- Tareas del crédito: Diseñar las estrategias para seleccionar un mercado meta, aplicando estrategias estructurales organizacionales para las empresas

UNIDAD DE COMPETENCIA	3	CRÉDITO	1	TOTAL HORAS: 32	
Los servicios desde la perspectiva del cliente					
				HORAS	
SISTEMA DE CONOCIMIENTO	SISTEMA DE HABILIDADES		SISTEMA DE VALORES	P	N.P

• El servicio como un proceso. • Servicio dirigido al cuerpo de las personas. • Servicio dirigido a las posesiones físicas. • Servicio dirigido a las mentes de las personas. • Servicio dirigido a los activos intangibles. • Lectura: la cadena de valor • Satisfacción vs. Calidad en el servicio. • - La calidad en el servicio. • La etapa previa a la compra de servicio. • - Encuentro del servicio. • - Etapa posterior a la compra de servicio. • La etapa previa a la compra de servicio. • Definición y medición de la calidad. • - Definición y medición de la productividad • Cambiar el momento de demanda del cliente. • - Involucrar mas al cliente en el proceso de entrega del servicio. • Comportamiento de queja del cliente. • - Respuestas del cliente ante las fallas del servicio. • Las quejas como un dato de investigación de mercado. • - La recuperación de la satisfacción siguiendo las quejas del cliente. • Desarrollar una estrategia de garantías de servicios. • - Desarrollo de garantías viables.	Obtener información del mercado empresarial e integrarlas a la planeación, ejecución y evaluación en las estructuras organizacionales.	Dirigir la ejecución de los planes empresariales	16	16
TOTAL:				32

TAREAS INVESTIGATIVAS Y LABORALES DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA	3
Exposición del proyecto de aplicación de un diseño empresarial	

3. Plan temático por unidades de competencia.

TEMA	CONFERENCIA	CLASE PRACTICA	TALLER	SEMINARIO	EVALUACIÓN	TOTAL HORAS	
						P	N.P
1.- Diferenciar los diferentes aspectos y las interrelaciones entre productos y servicios	8	4	2	-	2	16	16
2.- Misión del negocio de servicios	6	4	4	-	2	16	16
3 Los servicios desde la perspectiva del cliente	4	6	4	-	2	16	16
SUBTOTAL:						48	48
TOTAL:						96	

4. Estrategias Metodológicas

UNIDAD DE COMPETENCIAS	MÉTODOS	TÉCNICAS ACTIVAS Y PARTICIPATIVAS
1.- Diferenciar los diferentes aspectos y las interrelaciones entre productos y servicios 2.- Misión del negocio de servicios 3.- Los servicios desde la perspectiva del cliente	Método Inductivo-Deductivo Mediante este proceso el estudiante analiza, sintetiza, compara, generaliza y demuestra, con hechos, definiciones, principios y conceptos, para ser aplicados en diversas situaciones de la realidad.	ASERTIVIDAD, COMUNICACIÓN Y CREATIVIDAD

5. Recursos.

HUMANOS: Docente, estudiantes, dirección, coordinación
MATERIALES: Pizarra, Separatas, lecturas, casos de estudio, dinámicas seleccionadas, guías de estudio, guías de trabajo, guía de autoevaluaciones.
TECNICOS: Medio electrónicos: Uso de correo electrónico, Web Sites relacionados a la asignatura para investigar los temas tratados.
TECNOLOGICOS: Proyector, laptop.

6. Líneas de Investigación.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA	PROYECTO INTEGRADOR DE ASIGNATURA
Emprendimiento, Innovación y organización	Alianzas estratégicas para el desarrollo de micro–empresas

7. Sistema de evaluación de la asignatura.

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	INDICADORES OPERATIVOS	ESTÁNDARES DE CALIDAD
Observación. Pruebas.	Escritas, orales y prácticas.	Nivel de respuestas. Nivel de análisis. Nivel de conocimientos, habilidades y valores.	Efectividad. Eficiencia. Creatividad.

- **Evaluación Inicial** (de la asignatura de la unidad de competencia y del tema clase).
- **Evaluación de Proceso** (60%) (utilización de técnicas e instrumento de evaluación por crédito).
- **Evaluación Final** (40%) (proyecto integrador de asignatura).

Acreditación:

- Evaluación por crédito.
- Evaluación final (proyecto integrador de asignatura)
- Acta de calificación de aprobación y/o reprobación de la asignatura.
 - De 40 a 69 se presenta a examen supletorio.
 - Menos 40 puntos reprobado.

8. Bibliografía.

AUTOR	TÍTULO	AÑO	IDIOMA	EDICIÓN
Beltran de Jesus	Indicadores de gestión	2006	Español	2° edición
DAndrea, G. Huele	Administración de servicios	2004	Español	
Prieto J.	El servicio en acción: la única forma de ganar todos	2010	Español	