



## FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### ESCUELA DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

#### 1. Datos

**Materia:** PROGRAMACIÓN DE OPERACIONES  
**Código:** CTE0226  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2020 a Febrero-2021  
**Profesor:** CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN  
**Correo electrónico:** ecrespo@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 9

**Distribución de horas.**

| Docencia | Práctico | Autónomo: 0          |          | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
|          |          | Sistemas de tutorías | Autónomo |             |
| 4        |          |                      |          | 4           |

#### Prerrequisitos:

Código: CTE0221 Materia: PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES

## 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

|          |                                                                        |
|----------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b> | <b>ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS</b>                 |
| 1.1      | Introducción a los servicios (1 horas)                                 |
| 1.2      | Diferencias fundamentales (1 horas)                                    |
| 1.3      | Marketing de bienes vs. Marketing de servicios (1 horas)               |
| 1.4      | Especialidades del Marketing de Servicios (1 horas)                    |
| 1.5      | Servucción: El proceso de creación de servicios (3 horas)              |
| 1.6      | Características generales de los servicios (1 horas)                   |
| 1.7      | Proceso de decisión del usuario del servicio (1 horas)                 |
| 1.8      | Satisfacción del cliente (1 horas)                                     |
| 1.9      | El servicio como factor clave (1 horas)                                |
| 1.10     | Establecimiento de relaciones con el cliente y fidelización. (1 horas) |
| <b>2</b> | <b>DESARROLLO DE UN MARCO DE ANALISIS Y GESTION DE SERVICIOS</b>       |
| 2.1      | Proceso de prestación de servicios (servucción) (2 horas)              |
| 2.2      | Las cuatro C de los servicios (1 horas)                                |
| 2.3      | Clasificación de los servicios (1 horas)                               |
| 2.4      | Dimensiones de la calidad de los servicios (1 horas)                   |
| 2.5      | Cómo aplicar modelos de eficiencia en los servicios (1 horas)          |
| 2.6      | Análisis del ciclo de vida del servicio (2 horas)                      |
| 2.7      | Administración del Marketing de Servicios por las 7p (2 horas)         |
| 2.8      | Fijación de precios (2 horas)                                          |
| 2.9      | Puntos de distribución (2 horas)                                       |
| 2.10     | Promoción y Publicidad (2 horas)                                       |
| 2.11     | Personas que aportan a la cadena de valor (1 horas)                    |
| 2.12     | Pruebas de desempeño (2 horas)                                         |
| 2.13     | Administración del proceso de servicio: Factores (2 horas)             |
| 2.14     | Evidencia física: proceso (0 horas)                                    |
| 2.14.1   | Desarrollo de los servipanoramas (2 horas)                             |
| 2.14.2   | Atmosfera de servicio (1 horas)                                        |
| 2.14.3   | Diseño del ambiente de servicios (2 horas)                             |
| 2.15     | Persona de contacto (0 horas)                                          |
| 2.15.1   | Importancia, Roles, Conflictos (2 horas)                               |
| 2.16     | Cadena de servicios (1 horas)                                          |
| 2.17     | Participación del cliente (1 horas)                                    |
| 2.18     | Administración del cliente, relaciones y tiempos de espera (2 horas)   |
| <b>3</b> | <b>LA CREACION DE UNA UNIDAD DE NEGOCIOS ENFOCADA A LOS SERVICIOS</b>  |
| 3.1      | Medición de satisfacción de clientes (1 horas)                         |
| 3.2      | Retención de clientes (1 horas)                                        |
| 3.3      | Manejo de fallas y rescate de clientes (2 horas)                       |
| 3.4      | Definición y medición de la calidad de servicios (servqual) (2 horas)  |
| 3.5      | Fidelización de clientes (1 horas)                                     |
| 3.6      | Mejoramiento continuo (1 horas)                                        |
| 3.7      | Creación de valor para el usuario (2 horas)                            |
| <b>4</b> | <b>CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS</b>                            |
| 4.1      | Modelo de los tres estratos (4 horas)                                  |
| 4.2      | Determinación de capacidad instalada (2 horas)                         |
| 4.3      | Desarrollo de procesos (2 horas)                                       |
| 4.4      | Desarrollo de productos-servicios (2 horas)                            |

## 5. Sistema de Evaluación

## Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

### Resultado de aprendizaje de la materia

### Evidencias

. Posee principios éticos y morales que le permiten contribuir evidentemente al fortalecimiento de los valores sociales.

|                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| -Desarrollar conocimiento de las técnicas y herramientas de marketing para que este en capacidad de identificar las necesidades del cliente<br>Utilizar las técnicas aprendidas para realizar una campaña de mercadeo eficiente en el área de los servicios. | -Foros, debates, chats y otros<br>-Informes<br>-Resolución de ejercicios, casos y otros |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

ag. Desarrolla el análisis y diagnóstico para mejoramiento continuo de condiciones de trabajo, evaluando y seleccionando alternativas, con el empleo de modelos matemáticos, estadísticos y de simulación

|                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| -Analizar los componentes (micro) que puedan aventajar o perjudicar al negocio (macro).<br>Aplicar los conocimientos aprendidos en marketing para poder establecer estrategias de formulación de valor agregado, así como de satisfacción. | -Foros, debates, chats y otros<br>-Informes<br>-Resolución de ejercicios, casos y otros |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

aq. Realiza aprendizaje continuo para generar emprendimiento e innovación empresarial

|                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| -Aprender a liderar un equipo de trabajo, conociendo y aplicando mecanismos para la selección, coordinación y ejecución de tareas, así como la resolución de conflictos.<br>Analizar los componentes (micro) que puedan aventajar o perjudicar al negocio (macro). | -Foros, debates, chats y otros<br>-Informes<br>-Resolución de ejercicios, casos y otros |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

## Desglose de evaluación

| Evidencia                               | Descripción                                              | Contenidos sílabo a evaluar                                                                                                                                                                                      | Aporte                   | Calificación | Semana                            |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------|-----------------------------------|
| Foros, debates, chats y otros           | Debates en foros 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         | 5            | Semana: 7 (04/11/20 al 07/11/20)  |
| 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         | 5            | Semana: 11 (30/11/20 al 05/12/20) |
| Informes                                | Artículo científico sobre 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 (25/01/21 al 30/01/21) |
| Foros, debates, chats y otros           | Sustentación sobre el trabajo realizado ante un tribunal | 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 (25/01/21 al 30/01/21) |
| Informes                                | Artículo científico sobre 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 (25/01/21 al 30/01/21) |
| Foros, debates, chats y otros           | Sustentación sobre el trabajo realizado ante un tribunal | ASPECTOS DISTINTIVOS DEL MARKETING DE SERVICIOS,                                                                                                                                                                 | SUPLETORIO SINCRÓNICO    | 10           | Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21) |

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar                                                                                                                                     | Aporte | Calificación | Semana |
|-----------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------|--------|
|           | tribunal    | 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 |        |              |        |

## Metodología

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. Las clases serán acompañadas a través de sesiones síncronas vía Zoom, y sesiones asíncronas mediante actividades que serán programadas en la plataforma del campus virtual.

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, la producción de servicios, la gestión de servipanoramas y todo lo que guarda relación con la generación de valor al producto antes de liberarlo al mercado.

## Criterios de Evaluación

La participación ACTIVA en las sesiones es importante. Además se considera el componente de cumplimiento con todas las actividades que se especifican en la plataforma. NO se aceptarán tareas fuera del plazo establecido, y las mismas serán entregadas únicamente en el campus virtual.

Los debates y la resolución de casos serán calificados mediante una rubrica, la cual será proporcionada en el mismo campus virtual.

El examen final es un proyecto de los resultados del análisis de la gestión de servicios en una empresa redactados en formato IEEE como artículo académico, el misma que podría integrarse al proyecto final de otras asignaturas.

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

| Autor                                                                                                | Editorial          | Título                                                                                                                                                                  | Año  | ISBN              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------|
| KOTLER, KELLER                                                                                       | Pearson Education  | DIRECCIÓN DE MARKETING                                                                                                                                                  | 2006 | 0-13-145757-8     |
| 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         |
| VANEGAS, VANEGAS. ROBBINS, STEPHEN P.; COULTER, MARY; GONZALEZ, ANGEL CARLOS; TRAD; LLAMAS BONILLA,  | Pearson Education  | CULTURA ORGANIZACIONAL Y EL AMBIENTE: LAS RESTRICCIONES                                                                                                                 | 2000 | NO INDICA         |
| CABARCOS, N.                                                                                         | Ediciones de la U. | ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS                                                                                                                                  | 2011 | 978-958-86754-0-4 |
| 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 |                   |

#### Web

| Autor                                | Título                                                                             | Url                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Schnarch Kirberg, Alejandro Schnarch | Ebrary                                                                             | <a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/docDetail.action?docID=10466941&amp;p00=emprendedor">http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/docDetail.action?docID=10466941&amp;p00=emprendedor</a>                                 |
| García Erquiaga, Eduardo             | Ebrary                                                                             | <a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/docDetail.action?docID=10063255&amp;p00=emprendedor">http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/docDetail.action?docID=10063255&amp;p00=emprendedor</a>                                 |
| Batey, Mark                          | El significado de la marca: cómo y por qué ponemos sentido a productos y servicios | <a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/detail.action?docID=10862607&amp;p00=marca">http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/detail.action?docID=10862607&amp;p00=marca</a>                                                   |
| Christian Grönroos.                  | Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la     | <a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaaysp/detail.action?docID=3175197&amp;query=lovelock+servicios">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaaysp/detail.action?docID=3175197&amp;query=lovelock+servicios</a> |

Software

---

Bibliografía de apoyo

Libros

---

Web

---

Software

---

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **15/09/2020**

Estado: **Aprobado**