



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos

Materia: MARKETING DE SERVICIOS
Código: FAD0242
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018
Profesor: VANEGAS MANZANO PAUL FERNANDO
Correo electrónico: pvanegas@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: FAD0047 Materia: MARKETING ESTRATÉGICO

Nivel: 8

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

2. Descripción y objetivos de la materia

Por otro lado, el marketing de servicios hará énfasis en todo el conjunto de actividades que una organización lleva a cabo para satisfacer una necesidad determinada a través de un bien intangible y no perecible que, en la práctica, se conoce como servicios. Esta es, por tanto, una de las áreas más dinámicas y de mayor desarrollo dentro del campo. Este curso pretende trabajar sobre una de las disciplinas más orientadas al análisis de los comportamientos de los mercados de consumidores dentro de la mercadotecnia. En particular, el Marketing de Servicios buscará explorar la gestión comercial de cualquier organización y desarrollar las herramientas necesarias para retener, fidelizar y proponer nuevos clientes. Conocer y partir de las características básicas de los servicios que permitirían establecer estrategias correctas de gestión comercial. Poder establecer un mix de marketing desde todas las áreas específicamente aplicado al campo del marketing de servicios.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

01.	Introducción
01.01.	Desarrollo de la teoría de servicios (2 horas)
01.02.	Servicios y valor para el consumidor (2 horas)
01.03.	Definición de Servicios (2 horas)
02.	Clasificación de los servicios
02.01.	Servicios al productor vs servicios al consumidor (2 horas)
02.02.	Niveles e intangibilidad (1 horas)
02.03.	Estatus del servicio dentro de la oferta del producto (1 horas)
02.04.	Extensión e inseparabilidad (2 horas)

02.05.	Patrones de entrega de servicios (2 horas)
02.06.	Orientación al cliente (2 horas)
02.07.	Importancia de los servicios para el comprador (2 horas)
02.08.	Servicios de Comerciales vs Servicios Social (2 horas)
03.	Mix Marketing de Servicios
03.01.	Productos (2 horas)
03.02.	Precio (2 horas)
03.03.	Comunicación (2 horas)
03.04.	Canal (2 horas)
03.05.	Cliente (2 horas)
03.06.	Procesos (2 horas)
03.07.	Evidencia física (2 horas)
04.	Garantía de Servicio al Cliente
05.	Gestión de Clientes
05.01.	Satisfacción del Cliente (2 horas)
05.02.	Fidelidad del Cliente (2 horas)
05.03.	Gestión del Servicio (2 horas)
05.04.	Gestión del Valor y Prestación del Servicio (2 horas)
05.05.	El Servicio Deseado (2 horas)
05.06.	El Servicio Esperado (2 horas)
05.07.	Las Percepciones (1 horas)
05.08.	La Calidad del Servicio (1 horas)
05.09.	La Retención de Clientes (1 horas)
05.10.	Medición del Servicio al Cliente (1 horas)
05.11.	Desarrollo de la técnica – Ciclo de servicio al cliente (4 horas)
05.12.	Manejo de Niveles de Comunicación Eficaz (2 horas)
06.	Merchandising
06.01.	Punto de Venta (2 horas)
06.02.	Material POP (2 horas)
06.03.	Flujo de Clientes y Distribución Física (2 horas)
06.04.	Planogramas (2 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ad. Desarrollar a profundidad los fundamentos conceptuales del Marketing.

-El estudiante debe Generar nuevas Propuestas, Proyectos, y Soluciones de alto valor y trascendencia social y empresarial adecuadamente

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

ah. Realizar Gerencia de Mercado, Ventas, Producto, Proveedores y Canales de Distribución.

-El estudiante debe Manejar adecuadamente la gestión integral del cliente de forma aceptable

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

-El estudiante debe Manejar la Comunicación, Publicidad, Marca, Merchandising, Relaciones Públicas e Imagen Corporativa de forma aceptable

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación individual	Clasificación de los servicios, Introducción	APORTE 1	10	Semana: 5 (09/04/18 al 14/04/18)
Evaluación escrita	Evaluación individual	Mix Marketing de Servicios	APORTE 2	5	Semana: 10 (14/05/18 al 19/05/18)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Trabajo de grupos	Mix Marketing de Servicios	APORTE 2	5	Semana: 10 (14/05/18 al 19/05/18)
Evaluación escrita	evaluación individual	Gestión de Clientes	APORTE 3	5	Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo grupal	Garantía de Servicio al Cliente	APORTE 3	5	Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)
Evaluación escrita	Examen individual	Merchandising	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Evaluación escrita	supletorio	Clasificación de los servicios, Garantía de Servicio al Cliente, Gestión de Clientes, Introducción, Merchandising, Mix Marketing de Servicios	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

El desarrollo teórico-práctico de las asignaturas en sus diferentes sesiones de aprendizaje podrá cumplir con el propósito mediante el trabajo cooperativo para estimular a los estudiantes como actores de su propio aprendizaje. Para lo cual se promoverán trabajos grupales, asimismo, mediante la resolución de casos empresariales, exposiciones de trabajos, que permitirán tangibilizar los conocimientos en el correcto accionar de la profesión.

Criterios de Evaluación

Revisión de trabajos con rigurosidad académica. Pruebas escritas para evaluar el conocimiento adquirido en la materia. Fluidez en las exposiciones. Examen final incluirá los temas acumulados del ciclo para medir los conocimientos teóricos asimilados.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	
Philip Kotler, Autor ; Kevin Lane Keller, Autor	Pearson	Dirección de marketing	2012	
Rolando Arellano Cueva,	Pearson	Marketing enfoque América Latina : el marketing científico aplicado a latinoamérica	2010	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	Url
Christian Grönroos.	Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uaswaysp/detail.action?dclid=3175197&query=lovelock+servicios
Juan Carlos Camacho	Marketing de servicios	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uaswaysp/detail.action?dclid=3200330&query=marketing+de+servicios

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 06/04/2018

Estado: Aprobado