



## FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### ESCUELA DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN

#### 1. Datos generales

**Materia:** SERUCCIÓN

**Código:** IPR0605

**Paralelo:**

**Periodo :** Marzo-2021 a Julio-2021

**Profesor:** CRESPO MARTINEZ PAUL ESTEBAN

**Correo electrónico** ecrespo@uazuay.edu.ec

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

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

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

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.

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. 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	Pensar en el diseño - Design Thinking (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)

## 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<p><b>. Desarrolla el análisis y diagnóstico de situaciones laborales, evaluando y seleccionando alternativas con el empleo de criterios técnicos y tecnológicos.</b></p> <p>-Toma e implementa habitualmente sus decisiones basadas en su conocimiento de servucción y gestión del servicio.</p>	<p>-Foros, debates, chats y otros -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos</p>
<p><b>. Emplea recursos científicos y prácticos para solucionar problemas empresariales operativos y administrativos.</b></p> <p>-Desarrolla continuamente competencias basadas en su conocimiento de servucción, emprendimiento y gestión del servicio.</p>	<p>-Evaluación escrita -Foros, debates, chats y otros -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos</p>
<p><b>. Planifica y ejecuta las estrategias, planes y programas de producción.</b></p> <p>-Propone iniciativas de análisis, diagnóstico y resolución de problemas prácticos aplicando su conocimiento de servucción, emprendimiento y gestión</p>	<p>-Foros, debates, chats y otros</p>

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
del servicio.	-Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Foros, debates, chats y otros	Foros y debates sobre el material revisado		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 8 (03/05/21 al 08/05/21)
Reactivos	Controles de lectura		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 8 (03/05/21 al 08/05/21)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos empresariales		APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 12 (31/05/21 al 05/06/21)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos de investigación		APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 12 (31/05/21 al 05/06/21)
Trabajos prácticos - productos	Artículo sobre modelos y gestión de servicios		EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Sustentación del artículo		EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Artículo sobre modelos y gestión de servicios		SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)
Trabajos prácticos - productos	Sustentación del artículo		SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021)

### Metodología

### Criterios de Evaluación

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
CHRISTOPHER LOVELOCK, JOCHEN WIRTZ	Pearson Prentice Hall	Marketing de Servicios	2009	
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	
Alexander Osterwalder Yves Pigneur		Generacion de modelos de negocios	2011	
Ellen Lupton	Gustavo Gili	Intuición, Acción, Creación. Graphic Design Thinking	2011	
Thomas Lockwood		Design Thinking: Integrating Innovation		

<b>Autor</b>	<b>Editorial</b>	<b>Título</b>	<b>Año</b>	<b>ISBN</b>
Brown, Tim	Harvard Business Review América Latina	Design Thinking	2008	R0809N-E

---

#### Web

<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>URL</b>
IMUR, Instituto de Marketing	Marketing de servicios:	<a href="http://www.imur.com.uy/imur/wp">http://www.imur.com.uy/imur/wp</a>

---

#### Software

---

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/03/2021**

Estado: **Aprobado**