

UNIVERSIDAD NACIONAL
 CAMPUS OMAR DENGO
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
 INSTITUTO DE ESTUDIOS DEL TRABAJO
 CURSO: ADMINISTRACIÓN de SERVICIOS
 I CICLO, 2009.
 Profesora Roxana Durán Sosa

Email: rduran@una.ac.cr; roxana.duran@gmail.com
 Tel: 8380-1132

DATOS GENERALES

Código	ETE4410
Grupo	02
Créditos	03
Naturaleza	Teórico/práctico
Nivel	II
Periodo	09 feb-19 jun.
Horario de atención a estudiantes	L 8-10 previa cita
Horario de clase	M 19-22

DESCRIPCIÓN

Este curso se diseñó para que el estudiante desarrolle habilidades analíticas y de pensamiento integrado. Contempla dos enfoques: teórico y práctico. El teórico se aborda con el estudio riguroso de textos relacionados con la dinámica de las empresas y los servicios, tanto los que por naturaleza ofrece como en la industria donde se desarrolla. Como parte importante del proceso de aprendizaje-enseñanza, el estudiante será capaz de simular escenarios conflictivos sobre el tema de los servicios. Asimismo, el curso le ayudará a formar criterio, cuyos resultados se visualicen en cambios conductuales y de pensamiento. Al final del curso el estudiante estará en capacidad de realizar análisis integrados.

OBJETIVOS

- Contribuir con la formación empresarial de los estudiantes mediante el estudio de los enfoques teóricos y prácticos de experiencias en administración de servicios.
- Contribuir con el conocimiento de conceptos y tendencias de los servicios, la innovación y la gestión del conocimiento y sistemas de información.

METODOLOGÍA

El curso se desarrollará combinando los estudios conceptuales y teóricos de los servicios y la administración. Se hará análisis comparativos y estudio de experiencias actuales. Para fomentar la interiorización de conceptos y análisis se utilizará la simulación como método de análisis y reflexión. Asimismo, se pretende desarrollar ejercicios teóricos de que faciliten el aprendizaje.

El estudiante elaborará trabajos académicos en el que se aplicará los contenidos temáticos desarrollados en clase y en las horas de estudio.

Con el fin de monitorear el avance los estudiantes se aplicarán dos pruebas escritas, de carácter evaluativo, según corresponda en el cronograma. Además, el estudiante tendrá la responsabilidad de presentar un trabajo grupal.

TEMÁTICA

Tema	Fecha
Bienvenida Inicio de lecciones, discusión del programa	10 feb
El negocio de los servicios Visión estratégica y liderazgo del negocio de servicio. Pag: 1-69. Lovelock.	17 feb
Participación del cliente en los procesos de servicio Comportamiento del cliente en encuentros de servicio. Pag 95-157. Lovelock	24 feb
Prueba escrita 1 pag. 1-188. Lovelock	03 mar
Posicionamiento de un servicio en el mercado. Creación de servicios con valor agregado. Estrategia de precios para servicios. (Lovelock 211-330)	10 mar
El proceso de prestación de servicios ¿Cómo preparar la mezcla de comunicación de los servicios? Innovación y servicios (Hoffman, 131-164; 191-219)	17 mar
¿Cómo administrar evidencias físicas de la empresa? Los colaboradores del servicio Los clientes del servicio (Hoffman, 220-292)	24 mar
La excelencia del servicio al cliente (Linton, Ian: todo el libro)	31 mar
Semana Santa	07 abr
La valoración de las percepciones y actitudes de los clientes: aspectos de fiabilidad y validez Tecnología y servicios (Hayes, 47-70)	14 abr
Confección del cuestionario de satisfacción del cliente. Más allá de la satisfacción (gestión del conocimiento) (Hayes, 71-90)	21 abr
Utilización de cuestionario y controles, monitoreo de satisfacción del cliente (Hayes 93-128)	28 abr
¿Cómo retener al cliente? (Hoffman, 383-439) Una empresa articulada	05 may
El cambio: ¿Cómo hacerlo bien esta vez?	12 may
Presentación del trabajo escrito (estudio en la empresa)	19 may
Presentación del trabajo escrito (estudio en la empresa)	26 may
Segunda evaluación (incluye exposiciones de estudiantes)	02 jun
Actividad didáctica	09 jun
Pruebas extraordinarias	23 jun

BIBLIOGRAFÍA

- Albercht, K. (1996). Todo el poder al cliente. El nuevo imperativo de la calidad del servicio. Paidós, Barcelona.
- Butler, J. (1996). Strategic planning for enterprise information systems. Computer technology research Corp.
- De Bono, E. (1997). Más allá de la competencia. Creación de nuevos valores y objetivos en la empresa. 2ª. Ed. Paidós Empresa 21.
- García del Junco, J. y Casanueva, C. (2001). Prácticas de la Gestión Empresarial. Mc Graw Hill. España.
- Hayes, B. (1999). ¿Cómo medir la satisfacción del cliente?. Desarrollo y utilización de cuestionarios. Gestión 2000. Barcelona.
- Hoffman, D. y Bateson, J. (2002). Fundamentos de marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos. 2ª. Ed. International Thomson Editores, S.A.
- Kaplan, N. y Norton, D. (1997). Cuadro de mando integral (the balance score). Gestión 2000.
- Linton, I. (1999). Veinte consejos para la excelencia del servicio al cliente. Plan de acción para el éxito del servicio. PANORAMA Editorial.
- Lovelock, C.; Reynoso, J.; D'Andrea, G.; Huete, L. (2004). Administración de Servicios. Estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos. Pearson Educación. México.
- Porter, M. (1989). Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. 11ª. Ed. Cecsá.
- Steiner, G. (2004). Planificación estratégica. Lo que todo director debe saber. 31ª. Ed. México.
- Tushman, M. y O'Reilly III, C. (1998). Innovación. Prentice Hall.

EVALUACIÓN

Actitud y participación	10
Evaluación escrita 1	20
Trabajo en grupos	20
Evaluación escrita 2	20
Trabajo final	30
Total	100