

**UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DEL CURSO:

1 DATOS GENERALES

CODIGO:	ETE 4410
NOMBRE DEL CURSO:	Administración de Servicios
CREDITOS:	03
NATURALEZA:	Teórico práctico
NIVEL DE CARRERA:	IV ciclo
PERIODO:	II ciclo 2020
HORAS PRESENCIALES POR SEMANA:	03
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	05
HORARIO Y LUGAR DE ATENCION DE ESTUDIANTES:	Grupo Miércoles: 11-12 am Sala EDA, FCS (via zoom)
HORARIO DE CLASES:	Grupo Miércoles 8:00am a 10;30 am.
ASISTENCIA:	Obligatoria
PROFESOR:	MGCI. Gabael Armas Vallejos
NRC	52565

En esta Universidad nos comprometemos a prevenir, investigar y sancionar el hostigamiento sexual entendido como toda conducta o comportamiento físico, verbal, no verbal escrito, expreso o implícito, de connotación sexual, no deseado o molesto para quien o quienes lo reciben, reiterado o aislado. Si usted está siendo víctima de hostigamiento diríjase a la Fiscalía de Hostigamiento Sexual de la UNA o llame al teléfono: 2277-3961.

2 DESCRIPCION DEL CURSO

El curso de Administración de Servicios busca complementar la formación de los estudiantes en el campo de la Administración de Empresas, brindando herramientas prácticas y modernas para la gestión y administración de las empresas de servicios. El curso se enfoca en el desarrollo de instrumentos metodológicos que permiten la ejecución y la gestión de la innovación, la construcción de propuestas de valor diferenciadas, la identificación de segmentos de mercado y la puesta en marcha de estrategias innovadoras para las empresas de servicios. El curso tiene una orientación práctica que permite la fácil asimilación de los

conceptos y herramientas por parte de los estudiantes, lo cual facilitara su implementación futura.

3 OBJETIVO GENERAL

Contribuir en la asimilación y comprensión de conocimientos teóricos-prácticos para el reconocimiento de las principales características de las empresas de servicios, tendencias, nuevos modelos de negocios y herramientas de gestión de la innovación que crean propuestas de valor y contribuyen a la competitividad empresarial.

4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Identificar las claves de evolución de empresas de servicios.
2. Definir los factores competitivos en empresas de servicios y sus modelos de gestión.
3. Desarrollar habilidades en el uso de herramientas de innovación en las empresas de servicios.
4. Diseñar modelos de negocio innovadores para empresas de servicios.

5 CONTENIDOS Y CRONOGRAMA:

Sesión & Contenidos	Actividades docente	Estudiante
Sesión 1. Fecha: 22 de julio Forma de trabajo UNA-COFCS-ACUE-329-2020 Contenidos: presentación del programa del curso, organización de grupos de trabajo y presentación de contenidos.	Discusión Preliminar del programa del curso. Organización de grupos de trabajo. Presentación de la materia. Introducción al trabajo final de investigación.	-Presentación personal, intereses profesionales y expectativas. -Opinión sobre la temática del curso y el programa. -Necesidades y condiciones con las que se cuenta para atender clases bajo la modalidad de presencialidad remota.
Sesión 2 Fecha: 29 de julio. Contenidos: Introducción a la industria de los servicios. Definiciones básicas, características de los servicios, características de la industria de los servicios.	Presentación magistral de la materia. Prueba evaluativa 1 (20%): Dinámicas en la Industria de los servicios.	Análisis y aplicación del tema.
Sesión 3 Fecha: 5 de agosto Contenidos: Introducción a la industria de los servicios. Definiciones básicas, características de los	Presentación magistral de la materia. Trabajo grupal en clase sobre la industria de los servicios.	Análisis y aplicación del tema. Presentación del trabajo grupal sobre la industria de los servicios. Entrega de tarea individual

servicios, características de la industria de los servicios.		1.
Sesión 4 Fecha: 12 de agosto. Contenidos: tendencias y evolución en la industria de los servicios. Mega, macro y micro tendencias en la industria de servicios.	Presentación magistral de la materia. Foro en aula virtual: tendencias y evolución en la industria de los servicios.	Análisis y aplicación del tema. Participación en foro en el aula virtual.
Sesión 5 Fecha: 19 de agosto Contenidos: identificación de oportunidades en las empresas de servicios. El concepto de oportunidad (necesidad, problema o deseo). La innovación en las empresas de servicios: conceptos básicos, tipos de innovación.	Presentación magistral de la materia. Trabajo grupal en clase: Búsqueda de tendencias en la industria de servicio.	Análisis y aplicación del tema.
Sesión 6 Fecha: 26 de agosto	Primera prueba evaluativa II (10%) Factores de innovación	
Sesión 7 Fecha: 2 de septiembre Contenidos: introducción a la innovación. Herramientas de gestión de la innovación en las empresas de servicios: la metodología de los océanos azules en las empresas de servicios.	Presentación magistral de la materia. Tarea individual 2: identificación de factores de innovación en empresas de servicios. Empresa Nescafe.	Análisis y aplicación del tema.
Sesión 8 Fecha: 09 de septiembre Contenidos: herramientas de gestión de la innovación en las empresas de servicios: la metodología del diagrama de la espina de pescado en las empresas de servicios.	Presentación magistral de la materia. Caso 1: gestión de la innovación en empresas de servicios: aplicación a una empresa de servicios real.	Análisis y aplicación del tema. Entrega de tarea individual 2.
Sesión 9 Fecha: 16 de septiembre Contenidos: herramientas de gestión de innovación	Exposiciones grupales y presentación de los estudiantes.	Presentación y entrega de caso grupal sobre herramientas de gestión de innovación en empresas de

en las empresas de servicios.		servicios.
Sesión 10 Fecha: 23 de septiembre Contenidos: introducción al modelo de negocios para las empresas de servicios. El modelo de negocios bajo la metodología del canvas.	Presentación magistral de la materia.	Análisis y aplicación del tema.
Sesión 11 Fecha: 30 de setiembre	Prueba evaluativa III (15%) Diagrama Ishikawa	
Sesión 12 Fecha: 07 de octubre Contenidos: desarrollo de la propuesta de valor en las empresas de servicio. Cómo desarrollar una propuesta de valor diferenciada.	Presentación magistral de la materia. Presentación sobre trabajo grupal sobre desarrollo de propuesta de valor en las empresas de servicio.	Análisis y aplicación del tema.
Sesión 13 Fecha: 14 de octubre Contenidos: El segmento de clientes: variables de segmentación, las relaciones con los clientes y los canales de distribución en las empresas de servicios.	Presentación magistral de la materia. Presentación del caso Uber. Introducción del caso Hill-room: marketing en las empresas de servicios.	Análisis y aplicación del tema. Entrega del trabajo grupal sobre propuesta de valor en las empresas de servicios.
Sesión 14 Fecha: 21 de octubre Contenidos: discusión y análisis del caso Hill-room (marketing en industria de los servicios).	Presentación del caso Hill-room: marketing en las empresas de servicios Presentación magistral de la materia.	Análisis y aplicación del tema. Presentación del caso Hill-room.
Sesión 15 Fecha: 28 de octubre Contenidos: identificación de aliados clave, actividades clave y recursos clave en una empresa de servicios.	Presentación magistral de la materia. Prueba Evaluativa IV (20%) CANVAS	Análisis y aplicación del tema.
Sesión 16	Presentación magistral de la materia.	Análisis y aplicación del tema.

Fecha: 04 de noviembre Contenidos: identificación y cálculo de la estructura de costos, precio en una empresa de servicios.		Entrega de tarea 3.
Sesión 17 Fecha: lunes 11 de noviembre	Prueba Evaluativa 5 (30%) : presentación y entrega del proyecto de investigación: análisis de modelos de negocios en una empresa de servicios.	

6 METODOLOGIA

El curso se impartirá bajo la modalidad teórico-práctico, haciendo énfasis en herramientas prácticas que permitan una mejor comprensión de la administración y gestión de las empresas de servicios. El profesor podrá complementar el proceso de aprendizaje con la presencia de expositores, intercambio de experiencias, estudios de caso y otras actividades extracurriculares que contribuyan al desarrollo de competencias en los procesos de la administración de empresas de servicios. Lo anterior será apoyado por el uso de material multimedia, lecturas en grupo, giras y proyección de videos.

Los estudiantes de forma grupal, deberán presentar un proyecto final de investigación sobre la identificación y análisis de un modelo de negocios para una empresa de servicios. Dicho proyecto deberá incluir la caracterización de una oportunidad para las empresas de servicio (sustentada en datos reales y análisis de tendencias) y las nueve variables del modelo de negocio bajo la metodología del CANVAS.

7 EVALUACION

Contenido	Calificación%
Asistencia	5%
Trabajos grupales	10%
Tareas individuales	15%
Examen Parcial I	20%
Exámenes parcial II	20%
Trabajo de investigación	30%
Total	100%

Instrucciones:

- (1) Según el Artículo 11 del Reglamento General de Enseñanza y Aprendizaje, indica “La obligatoriedad de asistencia presencial de los estudiantes al curso, la cual deberá estar indicada en el respectivo programa. Esto se fundamenta en la naturaleza y enfoque metodológico del mismo y en concordancia con la normativa vigente”. La asistencia a las clases presenciales es obligatoria (al amparo del acuerdo Consejo Universitario, Art. Tercero, Inciso IV, sesión 1927). Tres asistencias injustificadas al curso implica la reprobación del mismo.
- (2) El plagio y otras situaciones relacionadas con la evaluación, se sancionarán de acuerdo con el artículo 24 del Reglamento general sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje de la Universidad Nacional: “Se considera plagio la reproducción parcial o total de documentos ajenos presentándolos como propios. En caso que se compruebe el plagio por parte del estudiante, perderá el curso. Si reincide será suspendido de la carrera por un ciclo lectivo, y si la situación se repite una vez más, será expulsado de la Universidad”. Si se llegara a detectar un posible plagio en un documento final, el profesor elevará al Director el caso para que resuelva en un plazo no mayor a los cinco días hábiles.
- (3) La dinámica del curso requiere que los alumnos se concentren y participen de las discusiones de clase, por lo tanto, deben abstenerse de: (1) utilizar el teléfono celular para llamar o enviar mensajes dentro del salón de clase, (2) utilizar cualquier medio de mensajería virtual en una computadora portátil, (3) navegar en Internet en temas ajenos al desarrollo de la clase.
- (4) Las clases inician y concluyen según el horario establecido, el cual se indica en el programa del curso.
- (5) Las tareas, exámenes, casos y presentaciones se deben presentar según lo indicado en el programa del curso.
- (6) Los estudiantes deben colaborar con el mantenimiento del ornato, la limpieza y dejar el aula ordenada al finalizar las lecciones.



8 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Chan, K., Mauborge, R. (2015). *La estrategia del océano azul*. Profit Editorial, España.

Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2014). *Diseñando la propuesta de valor*. Editorial Deusto, España.

Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Editorial Deusto, España.

Riveros, S. y, Emilio P. (2002). *Sistemas de gestión de calidad de servicios*. Segunda Edición. Contacto Impresores. Colombia.

9 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Goldratt, E. (1992). *La Meta: un proceso de mejora continua*. The North River Press, EEUU.

González, J. (2009). *5 Claves para innovar y destacar en un mercado global*.

Lovelock, C., Reynoso, J., D'andrea, G. y Huete, L. (2004). *Administración de servicios: Estrategias de Marketing, operaciones y recursos humanos*. Traducción Miguel Ángel Sánchez y Carrión. Primera Edición 2004. Editorial Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Ries, E. (2011). *El método Lean Startup: cómo crear y administrar empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Deusto, España.