



Universidad Nacional  
Facultad de Ciencias Sociales  
Campus Omar Dengo  
Escuela de Administración  
Carrera de Administración



## PROGRAMA DEL CURSO

### 1. DATOS GENERALES

<b>Nombre del curso:</b>	Administración de Servicios
<b>Código de la carrera:</b>	050429
<b>Código del curso:</b>	ETE 4410
<b>NRC:</b>	51449
<b>Tipo de curso:</b>	Optativo
<b>Créditos:</b>	3
<b>Nivel:</b>	Bachillerato
<b>Periodo lectivo:</b>	II Ciclo 2020
<b>Naturaleza:</b>	Teórico/Práctico
<b>Modalidad:</b>	Presencial
<b>Horas presenciales:</b>	3
<b>Horas totales semanales:</b>	8
<b>Horario:</b>	Jueves 6:30pm a 9:30pm
<b>Hora de atención a estudiantes</b>	Jueves 5pm a 6:00pm

**Nombre del académico:**  
**MSc. Daniel Cavallini Espinoza**

*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 Descripción del Curso:**

Las últimas décadas han visto un crecimiento explosivo del sector servicios en nuestra economía que plantea la necesidad de fortalecer y adecuar el esfuerzo administrativo para una gestión exitosa en las organizaciones. Es por esto que la necesidad como administradores de manejar con pericia y adiestramiento los conocimientos de este campo son vitales. Es necesario en un mundo tan cambiante en los negocios y empresas que sepamos las noblezas del saber en cuanto a las oportunidades de la “Administración de Servicios “

## **3. Objetivo general:**

Formar en los estudiantes atreves del contenido y puesta en práctica de la teoría de Administración de Servicios, criterios suficientes para desarrollarse profesionalmente en esta área, dando en el curso de manera vivencial las herramientas necesarias para identificar esta tendencia y recurso empresarial.

## **4. Objetivos específicos:**

- ✚ Comprender el comportamiento del consumidor y los requerimientos de los diferentes tipos de clientes (externo – interno)
- ✚ Desarrollar vínculos entre los negocios, servicios y productos
- ✚ Análisisr nuevas formas de administrar servicios
- ✚ Estudiar el Marketing de Servicios
- ✚ Desarrollar un plan de auditoria de servicio

## **5. Contenidos**

- 1.Los servicios en el marco de las tendencias actuales.
  - 1.1. Concepto de servicios.
  - 1.2. Características de los servicios.
  - 1.3. La explotación de los servicios en nuestras economías.
  - 1.4. Globalización por servicios.
- 2.La administración de los servicios.
  - 2.1. Planificación y desarrollo estratégico.
  - 2.2. Conducción e integración.
  - 2.3. La gerencia del servicio: el cliente, el personal, la organización.
  - 2.4 .La gestión exitosa de los servicios.
  - 2.5. Actividades curriculares complementarias

- 3 Herramientas para mejora del Servicio al cliente
  - 3.1 Servqual
  - 3.2 CSAT - Customer Satisfaction Score (Escala de Satisfacción del Consumidor)
  - 3.3 NPS - Net Promoter Score
  - 3.4 CES - Customer Effort Score (Escala Reporte Consumidor)
  - 3.5 Que es una empresa de calidad?
  
- 4 El cliente
  - 4.1 Internos
  - 4.2 Externos
  - 4.3 Los perfiles de los diversos clientes en la Actualidad
  - 4.4 Ventaja competitiva
  - 4.5 Importancia del servicio y calidad de productos
  - 4.6 Proceso de mejora continua
  - 4.7 Satisfacción

## **6. Metodología**

Se utilizará una serie de estrategias metodológicas tales como: aula invertida, aprendizaje activo, estudio y resolución de casos, investigaciones individuales y grupales, entre otras. Se empleará el uso de conceptos, definiciones y bases conceptuales.

La realimentación con los estudiantes es semanal y en cada una de las temáticas el profesor desarrollará los temas con base en el cronograma definido para el curso, a partir de la información facilitada se asignarán lecturas complementarias y otras actividades.

Este curso utiliza lecturas como parte de la estrategia de evaluación por lo que será responsabilidad del estudiantado realizar las lecturas asignadas.

Las clases expositivas y practicas son también motivo de evaluación y la aplicación de los contenidos abordados en el curso donde el estudiante debe incurrir en métodos de investigación, consulta bibliográfica y práctica.

En estos tiempos donde la pandemia nos ha reestructurado debemos apelar a la colaboración mutua y dar las clases de forma remota y hacer uso del 100% de la plataforma virtual de la Universidad y de ZOOM para impartir las clases cada semana. Es importante dejar plasmado la importancia de tener un espíritu colaborativo para el acople de los cursos con asistencia remota, por eso es vital la creación de sub grupos de trabajo, mismos que deberán hacer junto al profesor un grupo de wuatsap, esto para poder pasar link de reuniones semanales o requeridas por los estudiantes, aclarar consultas, etc.

Es necesario entender que la filosofía de la metodología de este curso es constructivista donde el curso presentara desde el inicio áreas donde el estudiante puede ir adelantando y creando para su

proyecto final, mismo que trata de auditar una empresa (de bien o servicio) donde con la articulación y desde la investigación de manera virtual y en casa los subgrupos de trabajo puedan desarrollar una auditoria y dejar una propuesta de mejora del negocio que escogieron.

Se pide que una vez leído el programa el estudiante mande un correo de que se impartió el programa en clase 1.

A su vez es importante saber que se grabaran las clases, pero se pasara el link solo a quien lo pida de forma individual, esto para ayudar el buen manejo de la plataforma de la UNA, y que no se sature de contenidos.

Las clases virtuales son de 2 horas mínimo con acompañamiento de asignaciones ocasionales.

## 7. Evaluación

El aprovechamiento de los estudiantes se evaluará a través de los instrumentos y ponderaciones que constan a continuación:

Primer Parcial	25%	Película miss Sloan (sola contra el poder)
Segundo Parcial	25%	teórico
2 Quices	15%	( 7.5% c/u) 1) un foro de mínimo 50 palabras mínimo por estudiante sobre la importancia de la auditorias de servicio <b>y big datas</b> y 2) una infografía del tamaño de una hoja carta de la importancia de las herramientas de acceso de información hoy en día

Examen Final	35%	(presentación final de la auditoria a una empresa a escoger )
		Desglose: 15% trabajo escrito con las 5 partes del trabajo (avance 3%) (mínimo 1000 palabras)
		10% exposición oral (lógica de dialogo 3%, participación del grupo de trabajo 2%, lógica de contenidos 3%, creatividad 2%)
		5% presentación de apoyo (infografía o pptt, mínimo 100 palabras y 20 símbolos visuales)
		5% espacio de preguntas dirigidas.

**Total 100%**

*Nota1 : todo trabajo que contenga calificación debe subirse en el tiempo máximo de 72 horas en el aula virtual, solo el trabajo final es grupal y se envía al correo institucional o por grupo de WhatsApp el día de la exposición.*

Nota2: TRABAJO FINAL ESCRITO:

Es el Desarrollo del trabajo final se deben poner los conocimientos, consejos y directrices del profesor. Debe Incluir

- a) Portada con la información de la Universidad, el nombre de los estudiantes del grupo y el tema del trabajo de investigación;
- b) Introducción robusta (incluye objetivos de la investigación tanto generales como específicos);
- c) Marco teórico y Metodología
- d) Desarrollo de la ficha técnica explicada por el profesor para los resultados de la auditoria de servicio.
- e) Conclusiones (al menos 4 puntos amplios de cierre donde se muestre lo más relevante del trabajo investigativo, y al menos 5 gráficos de tabulación de la información);
- f) Anexos: fotografías de visitas a local u organización, cuestionarios y material recolectado en el proceso del curso.

## 8. Cronograma

Sesión	FECHA	Actividades	Recursos didácticos requeridos Recursos didácticos requeridos Cada semana vía wuatsap se pasará el link de la clase de zoom
1	30 / 07 / 2020	<p>Lectura del programa</p> <p>Programa, explicación amplia de exámenes, creación de subgrupos de trabajo y sus grupos de trabajo y sus grupos de wuatsap para la respectiva interacción, se explica la importancia del uso del aula virtual de la UNA</p> <p>1.1.Concepto de servicios. 1.2.Características de los servicios.</p>	<p>Entrega y firma del programa</p> <p>Realización de grupos de trabajo EXPOSICIÓN PROFESOR</p> <p>El estudiante debe mandar por correo la aprobación del programa</p> <p>Se presenta el curso, se asignan los temas de trabajo y se conforman los grupos de trabajo</p> <p>Se pide para la siguiente semana llevar la idea de emprendimiento o área de negocio por levantar</p>

2	06 / 08 / 2020	<p>1.3.La explotación de los servicios en nuestras economías.</p> <p>1.4.Globalización por servicios.</p> <p>Como auditar?</p> <p>Macro tendencias de se servicios</p> <p>Macro tendencias de la administración</p>	<p>EXPOSICIÓN PROFESOR</p> <p>Dinámica: las 15 capsulas de la innovación para la explotación de los servicios</p>
3	13 / 08 / 2020	<p>2.1.Planificación y desarrollo estratégico.</p> <p>2.2. Conducción e integración.</p> <p>Las RRPP en la administración de servicios parte 1</p> <p>Marketing para servicios parte A</p>	<p>Pausa activa</p> <p>Ver el link:</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=pzWe-Ocadrl">https://www.youtube.com/watch?v=pzWe-Ocadrl</a></p> <p>Estrategias de comunicación para administración según las RRPP</p>
4	20 / 08 / 2020	<p>2.4.La gestión exitosa de los servicios.</p> <p>2.5 Lobysmo</p> <p>Cientes</p> <p>4.1 Internos</p> <p>4.2 Externos</p>	<p>EXPOSICIÓN PROFESOR</p> <p>QUIZ 1</p> <p>Foro</p>
5	27 / 08 / 2020	<p>Servqual</p> <p>3.2 CSAT - Customer</p> <p>3.3 Satisfaction Score (Escala de Satisfacción del Consumidor)</p>	<p>Dinámica en grupo</p>

6	03 / 09 / 2020	<p><b>Primera prueba evaluativa</b></p> <p>El estudiante tendrá 72 horas para contestar el examen</p>	Primera prueba evaluativa
7	10 / 09 / 2020	<p>3.4 NPS - Net Promoter Score</p> <p>3.4 CES - Customer Effort Score (escala Reporte Consumidor)</p> <p>3.5 Que es una empresa de calidad?</p>	<p>EXPOSICIÓN PROFESOR</p> <p>Trabajo y dinámica en clase</p> <p><b><i>Introducirlos: realización de dinámica “la importancia de una auditoria de servicio”</i></b></p>
8	17 / 09 / 2020	<p>.La gerencia del servicio: el cliente, el personal, la organización.</p> <p>Marketing para servicios parte B</p>	<p>Quiz 2: infografía</p> <p>Gerencia de servicios</p> <p>Capitulo 1 libro</p> <p>Pausa activa</p> <p>Ver el link:</p> <p><a href="https://www.ted.com/talks/kenneth_capitulo_2_del_libro">https://www.ted.com/talks/kenneth_capitulo_2_del_libro</a></p>
9	24 / 09 / 2020	RRPP y los Servicios	<p>El estudiante recibirá del profesor distintas infografías para que el estudiante mediante la observación analice la correlación de las RRPP y los Servicios</p>
10	01 / 10 / 2020	<p>Los perfiles de los diversos clientes en la Actualidad</p> <p>Ventaja competitiva</p>	<p>Invitado semana10</p> <p>Experto en administración de servicios y nuevas formas de recolección de datos</p>

		Las estrategias de servicio Cuando? Donde? Y como usarlas?	
11	08 / 10 / 2020	Mesa redonda sobre la lectura del aula virtual 4.1 Proceso de mejora continua entrega y explicación del trabajo de exposición final	<b>Dinámica aula invertida:</b> al profesor al terminar la clase propone a los estudiantes que deben incluir una pregunta generadora y una respuesta significativa de los contenidos del curso y ponerlas en los siguientes minutos en la parte de mensajes de zoom.  Capitulo 3 del libro
12	15 / 10 / 2020	E Importancia del servicio y calidad de productos	<b>Avance trabajo final</b>  Ver evaluación  Capítulo 4 del libro
13	22 / 10 / 2020	Revisión por grupos de avance final  Preguntas generadores de lo articulado	Supervisar auditoria final Capitulo 5 del libro
14	29 / 10 / 2020	Explicación del trabajo de exposición final	<b>Segunda prueba evaluativa</b>
15	05 / 11 / 2020	Entrega de casos de empresas similares al que deben explicar	Desarrollo de casos
16	12 / 11 / 2020	ACTIVIDAD EVALUATIVA	Se explicará que en el aula virtual se subirá un Excel con las cedulas e cada uno con desglose final de porcentaje
17	19 / 11 / 2020	EXAMEN FINAL	Exposición de proyecto final A cada grupo se le asignara una hora correspondiente para exponer dentro del tiempo de la clase

## **9. Recursos Bibliográficos**

Cristopher Lovelock-Jochen Wirtz,, Marketing de Servicios, ( personal- tecnología-servicios) sexta edition - Pearson Prentice Hall

Albrech, Karl. LA REVOLUCIÓN DEL SERVICIO. Traducción Jesús Villamizar, 3R Editores, Santafé de Bogotá, 1997.

Pamerlee, David. SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ADECUADOS., ediciones Juan Grana S.A., Madrid, 1998.

Folleto en aula virtual

## **10. Observaciones adicionales**

- Para todos los efectos asociados al proceso de enseñanza y aprendizaje del curso, se procederá según lo indicado en el Reglamento General sobre los procesos de Enseñanza y Aprendizaje de la Universidad Nacional.
- El correo electrónico institucional y el aula virtual, serán los medios de comunicación oficiales entre los estudiantes y el profesor. Será responsabilidad de los estudiantes mantener actualizada su información de contacto.
- Queda prohibido el plagio, según el artículo 24, del Reglamento General sobre los procesos de Enseñanza y Aprendizaje de la Universidad Nacional, el cual indica textualmente: “Se considera plagio la reproducción parcial o total de documentos ajenos presentándolos como propios. En el caso que se compruebe el plagio por parte del estudiante, perderá el curso. Se reincide será suspendido de la carrera por un ciclo lectivo, y si la situación se repite una vez más, será expulsado de la Universidad.