

**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:	Virtual, lunes al finalizar la clase Lunes 13:00 – 15:30
ASISTENCIA:	Obligatoria
PROFESOR:	Elvis Hernández, MBA. elvher@gmail.com

**2. DESCRIPCION DEL CURSO**

El curso de Administración de Servicios complementa la formación de profesionales en el campo de la Administración de Empresas, brindando herramientas prácticas y modernas para la gestión de las empresas de servicios. El curso se enfoca en el desarrollo de instrumentos metodológicos, científicos, pero también intuitivos que permiten la gestión y maniobra 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 interiorización, y por tanto, una implementación natural en los procesos.

**3. OBJETIVO GENERAL**

Proporcionar conocimientos teórico-prácticos para identificar las principales características y condiciones de éxito, de las empresas de servicios; tendencias, y

herramientas de gestión de la innovación para la generación de propuestas de valor que contribuyan a elevar su competitividad

#### **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 exitosos.
3. Desarrollar habilidades en el uso de herramientas de innovación en las empresas de servicios.
4. Estudiar conceptos y estrategias que generan valor en las empresas de servicios.

#### **5. CONTENIDOS Y CRONOGRAMA:**

##### **Semana 1. Actividades de la Primera Sesión**

- Presentación
- Notificación para encuentro
- Organización de equipos de trabajo
- Directrices de contacto

##### **Semana 2. Vivimos en una economía y sociedad de servicios**

- Ajuste en equipos de trabajo
- Introducción al tema de servicios
- Los servicios en la economía moderna
- El ambiente cambiante de los servicios
- Aspectos distintivos de los servicios

##### **Semana 3. Visión estratégica y liderazgo del negocio de serv.**

- Visión estratégica del negocio de servicio
- Diseño e implementación de estrategias de servicios
- Un enfoque integral de administración de servicios
- Tres imperativos de la administración de servicios

##### **Semana 4. Participación del Cliente en los procesos de servicios**

- El servicio como un proceso
- Diferentes procesos plantean distintos retos a la gerencia
- Los clientes y la operación de servicio
- El servicio como un sistema

##### **Semana 5 Primera prueba parcial**

##### **Semana 6. Comportamiento del cliente en los encuentros de servicios**

- La naturaleza del consumo del servicio
- Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente

- El proceso de compra de servicios
- Administración de encuentros de servicio
- El cliente como coproductor
- Cómo evalúan los clientes el desempeño del servicio

### **Semana 7. Desarrollo de conceptos de servicio: elementos básicos y compl.**

- Planeación y creación de servicios
- La flor del servicio
- Planeación y creación de marca para productos de servicio
- Desarrollo de nuevos servicios

### **Semana 8. Educación de los clientes y promoción de la proposición de valor**

- El papel de la comunicación de marketing
- La comunicación de servicios plantea desafíos y oportunidades
- Establecimiento de los objetivos de comunicación
- La mezcla de comunicaciones de marketing
- El papel del diseño corporativo
- Trabajo grupal

### **Semana 9. II PRUEBA PARCIAL**

### **Semana 10. Cómo elegir los clientes, administrar las relac. y generar lealtad**

- Cómo elegir los clientes correctos
- Estrategias de segmentación para una efectiva utilización de la capacidad
- Cómo seleccionar un portafolio de clientes apropiado
- Creación y mantenimiento de relaciones valiosas
- La búsqueda de la lealtad de los clientes

### **Semana 11. Diseño y administración de los procesos de servicio**

- Elaboración de diagramas de servicios para crear experiencias valiosas y operaciones productivas
- Rediseño de los procesos de servicio
- El cliente como coproductor
- El comportamiento disfuncional de los clientes perjudica los procesos de servicio

### **Semana 12. Administración del personal para lograr una ventaja competitiva**

- Los empleados de servicios son muy importantes
- El trabajo del personal de contacto es difícil y estresante
- Ciclos de fracaso, mediocridad y éxito
- Administración de los recursos humanos: cómo hacer las cosas bien
- Liderazgo y cultura de servicio

### **Semana 13. Administración de las relaciones y creación de lealtad**

- Búsqueda de la lealtad del cliente
- Comprensión de la relación entre cliente y empresa
- El círculo de la lealtad
- Establecimiento de una base para la lealtad
- Creación de vínculos de lealtad
- Estrategias para disminuir la deserción de los clientes

## Semana 14. III PRUEBA PARCIAL

## Semana 15. Exposiciones y entrega de trabajos

## Semana 16. Exposiciones y entrega de trabajos

## Semana 17. Entrega de calificaciones

## Semana 18. Examen Extraordinario

### 6. METODOLOGIA

Las sesiones de trabajo serán eminentemente participativas, por lo que cada estudiante deberá prepararse de acuerdo a las lecturas correspondientes a cada sesión. Se procura el desarrollo de habilidades y el aseguramiento de la transferencia de experiencias entre todos los actores del curso. Dentro de las técnicas didácticas a emplear, se encuentran las siguientes:

- Desarrollo expositivo de temas, por parte del profesor y de los estudiantes.
- Desarrollo y análisis de casos, que asemejen una situación determinada de una organización.
- Elaboración de ejercicios prácticos y trabajo en equipo
- Desarrollo de un trabajo de investigación en una organización pública o privada como trabajo final del curso.
- Uso de herramientas virtuales para reforzar el conocimiento.

### 7. EVALUACION

Contenido	Calificación%
Consignas semanales y otros trabajos grupales	25%
Foros individuales	05%
Examen Parcial I	15%
Examen parcial II	15%
Examen parcial III	15%
Trabajo de investigación	25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

***“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.”***

## **8. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

- Lovelock, Reynoso, D'Andrea y Huete. (2004) Administración de Servicios: Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos. Mexico: Pearson Education.
- Lovelock y Wirtz. Marketing de Servicios. (2019): Personal, Tecnología y Estrategia. México: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2012) Marketing 14 Ed. Sexta Edición, México: Pearson.

## **9. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

- Kotler, Philip. Dirección de Mercadotecnia. Pearson / Prentice Hall, México, Sexta, Edición, 2003.
- Alcaraz, Rafael. El emprendedor de éxito. Pearson / Prentice Hall, Tercera Edición, 2006
- Kotler, Phillip. (2008) Marketing Versión Para Latinoamérica. México: Editorial Prentice Hall.