



# UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

**CÓDIGO:** FDOC-088  
**VERSIÓN:** 02  
**EMISIÓN:** 22/03/2019  
**PÁGINA**  
1 DE 9

## PLAN DE CURSO

### 1. INFORMACIÓN BÁSICA

1.1. Facultad	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS	1.2. Programa	ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES		
1.3. Área	ELECTIVA DE CARRERA I	1.4. Curso	GERENCIA DEL SERVICIO		
1.5. Código	EC1025070	1.6. Créditos	4		
1.6.1. HDD	64	1.6.2. HTI	128	1.7. Año de actualización	2020

### 2. JUSTIFICACIÓN

Dentro de los nuevos paradigmas Gerenciales que han ido cambiando los supuestos y principios administrativos encontramos una revolución de competencias y estrategias que van marcando la realidad dentro del ámbito empresarial imperante, como son el manejo conceptual, técnico, práctico, tecnológico, humano y hasta educativo orientados al servicio que deben manejar los gerentes y administradores modernos.

Se requiere entonces que nuestros gerentes desarrollen nuevas disciplinas acompañadas de decisiones asertivas y confiables para que la consecución de resultados sea sostenible; lo cual no se podría lograr sin el manejo o dominio de una filosofía basada en la calidad del servicio que anhelan los clientes, para así lograr superar las expectativas y necesidades que ellos demanden.

Por esto se hace necesario la existencia de esta electiva de carrera, por cuanto el responsable de la gestión empresarial debe conocer modelos Gerenciales orientados al servicio que desarrollen habilidades (personales y profesionales), temas tales como: servucción, servitización, ciclo del servicio, momentos de verdad, percepción del cliente y calidad del servicio entre otras y se especialice en el manejo de temas, como son la matriz producto - mercado, motivación del cliente interno, la importancia de la comunicación, poder de negociación del cliente, logística inversa, marketing de servicios, packaging entre otros.

### 3. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN



# UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

**CÓDIGO:** FDOC-088  
**VERSIÓN:** 02  
**EMISIÓN:** 22/03/2019  
**PÁGINA**  
**2 DE 9**

## PLAN DE CURSO

- Conocer la evolución y el significado histórico del servicio, sus implicaciones socio económicas, culturales y organizacionales.
- Desarrollar habilidades que permitan el óptimo manejo de los recursos organizacionales en la consecución de la calidad del servicio.
- Manejar prácticas, técnicas y habilidades de atención al cliente, comunicación y autogestión para el desarrollo de las políticas dependientes de la gerencia del servicio.
- Aprender técnicas para un manejo adecuado en la atención de clientes internos y externos y desaprender tácticas inadecuadas en la cultura del servicio.

#### 4. COMPETENCIAS



**PLAN DE CURSO**

**4.1. Específicas**

- ✓ Conoce y comprende la evolución y el significado histórico del servicio, sus implicaciones socio económicas, culturales y organizacionales.
- ✓ Desarrolla habilidades y destrezas que permitan el óptimo manejo de los recursos organizacionales en la consecución de la calidad del servicio.
- ✓ Maneja y gestiona prácticas, técnicas y habilidades de atención al cliente, comunicación y autogestión para el desarrollo de la gerencia del servicio.
- ✓ Aprende técnicas para un manejo adecuado en la atención de clientes internos y externos y diagnostica la gestión del servicio en una empresa.

**4.2. Transversales**

- Adquirir habilidades gerenciales de calidad del servicio y atención al cliente mediante la implementación de herramientas eficaces para el logro del éxito organizacional; para lo cual se abordará la presentación de conocimientos, desarrollo de actitudes, estrategias, habilidades y destrezas orientadas a la gerencia del servicio.

**5. CONTENIDOS**



UNIDAD I

**Fundamentos y evolución de la gerencia del servicio**

Filosofía del servicio, conceptos  
Evolución y Revolución del servicio  
Cultura del servicio  
Economía de los servicios

UNIDAD II

**Servicio al cliente y atención al cliente**

- Clientes – perspectivas
- Necesidades, deseos y expectativas del cliente
- Tipos de Clientes
- Atención al cliente
- Post servicio

UNIDAD III

**Estrategias del servicio**

- Momentos de verdad
- El ciclo del servicio
- El Triángulo del servicio
- las 4 C del servicio
- Cadena de valor del servicio.

UNIDAD IV

**Marketing Relacional y Comunicación en el servicio**

- Marketing Relacional
- Clienting y fidelización
- CRM. Comunicación y relación con el cliente
- Gestión de la experiencia del cliente (CEM Customer Experience Management)
- Branding/Brand equity
- Merchandising/top of mind
- Packaging

UNIDAD V

**Calidad en el servicio y logística del servicio**

- Normas de calidad del servicio
- ISO 9001: Satisfacción del cliente - ISO 9001:2015
- Trazabilidad. Logística del servicio. Servitización
- Servucción. Estándares e indicadores del servicio



**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**CÓDIGO:** FDOC-088  
**VERSIÓN:** 02  
**EMISIÓN:** 22/03/2019  
**PÁGINA**  
**5 DE 9**

**PLAN DE CURSO**

UNIDAD VI

**Evaluación del servicio**

- Modelo Servqual
- Estándares de medición
- PQRs
- Indicadores del servicio

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS



**PLAN DE CURSO**

- El modelo constructivista será el soporte pedagógico de este electiva de carrera, referenciado en la pedagogía conceptual de Ausubel, en la Psicología educativa de Piaget y en la pedagogía socializadora de Vigotsky.
- El método magistral moderno, la metodología activa participativa y el método de descubrimiento constituyen la plataforma base para el desarrollo de este seminario. Además de la investigación formativa a través de un proyecto de aula.
- Se realizarán (actividades) lecturas, análisis, talleres y exposiciones para la aplicación y apropiación de conceptos y conocimientos que permitan a los estudiantes adquirir y afianzar destrezas y habilidades en el manejo de personas y recursos empresariales que redunden en una optimización del servicio.
- Se llevarán a cabo (actividades) talleres participativos y análisis de videos para socializar e integrar ideas basadas en el triangulo del servicio. Al final del curso los estudiantes presentaran un diagnostico del servicio aplicado a una empresa regional.

**7. ACTIVIDADES Y PRÁCTICAS**



**Investigación Formativa:** Se adelantará un diagnóstico del servicio aplicado a empresas a partir de la teoría estudiada. Posteriormente se presentará un proyecto de aula resultado de la investigación formativa realizada.

**Extensión Formativa** Se buscará un intercambio horizontal entre el conocimiento académico y el empresarial través de visitas donde los estudiantes aplicaran los conocimientos adquiridos.

#### 8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

Resolución de problemas y orientación al logro, aplicando los conocimientos adquiridos durante el programa de formación y utilizando la reflexión y la experiencia, de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema u otras responsabilidades propias de su actividad profesional, con criterio y de forma efectiva, elaborando y proponiendo soluciones.


#### 9. BIBLIOGRAFÍA



**PLAN DE CURSO**

- **GERENCIA DEL SERVICIO**  
Kart Albrecht. Legis.
  
- **EL SERVICIO EN ACCION**  
Jorge Prieto Herrera. Ecoe
  
- **EL SERVICIO INVISIBLE**  
Humberto Domínguez Collins. Ecoe
  
- **PRINCIPIOS DE MERCADEO**  
Alberto Céspedes Saenz. Ecoe
  
- **MARKETING DE SERVICIOS**  
Valerie A. Zeithaml
  
- **MERCADOTECNIA DE SERVICIOS**  
Adrian Payne. Prentice Hall
  
  
- **POR QUÉ MAS ES MENOS**  
Barry Schwartz. taurus.
  
- **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**  
Gloria Amparo Vélez. UNAD
  
- **GERENCIA DE MARKETING**  
Philip Kotler. Prentice.
  
- **MARKETING.**  
Philip Kotler. Prentice.
  
- **MERCADEO ESTRATEGICO**  
Universidad Nacional. Unad.
  
- **ADMINISTRACIÓN EN LOS NUEVOS TIEMPOS.**  
Idalberto Chiavenato. Mc Graw Hill.
  
- **GESTIÓN ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL.**  
Jorge Eliécer Prieto Herrera. Ecoe Ediciones.
  
- **LA CALIDAD DEL SERVICIO.**  
Horovitz, Jacques. Mc Graw Hill.
  
- **FUNDAMENTOS DE MARKETING.**  
William J. Stanton. Mc Graw Hill.



	<b>UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA</b>	<b>CÓDIGO:</b> FDOC-088
	<b>PLAN DE CURSO</b>	<b>VERSIÓN:</b> 02 <b>EMISIÓN:</b> 22/03/2019 <b>PÁGINA</b> 9 DE 9

Elaboración y actualización: Nelson Figueroa Mendoza. 2/08/2020